

Конспект лекцій із навчальної дисципліни «Соціологія»

Навчальний курс Соціології розрахований на студентів спеціальності «Соціальна робота», «Психологія» та «Менеджмент соціокультурної діяльності» (на другому курсі денної форми навчання) і призначений для вироблення компетенцій та навичок у проведенні конкретних соціологічних досліджень, умінні розуміти їх результати та користуватись ними у практичній діяльності відповідно до потреб свого фаху. Програма занять по Соціології на кожній із цих спеціальностей передбачає дещо інакший розподіл годин на лекції, практичні та консультаційні заняття, тож кількість тем та порядок їх розгляду треба уточнювати в окремому Регламенті вивчення Соціології для студентів відповідної спеціальності.

Назви тем у ЗМІСТІ КУРСУ клікабельні, тобто дають можливість перейти до відповідної теми у тексті Конспекту. Деякі питання теми № 10, 12, 13, 14 та 16 у даному Конспекті лекцій не розглянуті, але вказано, що їх студенти мають розглянути самостійно; ці питання у ЗМІСТІ КУРСУ виділені синім шрифтом, а всередині Конспекту даються посилання на онлайн-матеріали.

ЗМІСТ КУРСУ:

Тема 1. Принципи соціології

1. Принцип позитивізму О.Конта.
2. Операціоналізація понять.
3. Принцип об'єктивності.
4. Каузальні пояснення. Причини та чинники.
5. Когнітивні карти та логіко-понятійні схеми.

Тема 2. Конкретне соціологічне дослідження

1. Можливості та цілі конкретно-соціологічного дослідження (КСД).
2. Методика дослідження й обробки результатів у соціометрії, контент-аналізі, інтерв'ю, опитуванні та експерименті.
3. Кількісний та якісний аналіз отриманих даних.
4. Програма КСД. Категоризація опитуваних. Вибірка та її види. Вимоги до складання анкети.
5. Експерименти Ф.Зімбардо, С.Мілгрема, С.Аша, С.Московічі, Н.Тріплета, Йеркса-Додсона.

Тема 3. Системність та інтрепретація

1. Функціональні пояснення. Функція елемента системи.
2. Принцип системності та його практичні прояви. Функціональність соціальних відхилень та закономірність їх відтворення системою.
3. Етапи розвитку соціології. «Розуміюча соціологія» М.Вебера: безоціночність та віднесення до цінності.
4. Соціальні норми та цінності і способи їх виявлення.
5. Типи соціальної дії. Погляди та цінності.

Тема 4. Виховання та соціалізація

1. Ліберальне, авторитарне та репресивне виховання.
2. Виховання і управління. Надмірна опіка і виховна дресура.
3. Фази та чинники соціалізації.
4. Ідентифікація та її види.
5. Десоціалізація та ресоціалізація.

Тема 5. Соціологія особистості

1. Особистість як ієрархія цінностей.
2. Фрагментована особистість.
3. Дія, вчинки та референтні особи.
4. Авторитарна особистість.
5. Цілісна (самоактуалізована) особистість.

Тема 6. Формальні групи

1. Види груп.
2. Структури формальної групи.
3. Види мотивації.
4. Рівні мотивації.
5. Стили управління.

Тема 7. Неформальні групи

1. Групова динаміка.
2. Типи малих груп.
3. Соціальний контроль, конформність та девіантність.
4. Структура неформальної групи.
5. Рольові очікування та рольовий баланс в групі. Ідеологія групи.

Тема 8. Соціальна структура

1. Структура суспільства та соціальна атомізація.
2. Види об'єднувальних зв'язків та види нерівності.
3. Класова та стратифікаційна теорія і межі їх використання.
4. Соціальна стратифікація та її види.
5. Залежність поведінки від домінуючого виду стратифікації.

Тема 9. Соціальна динаміка

1. Соціальна мобільність та маргінальність.
2. Юрба та особливості її поведінки.
3. Соціальна аномія та відносна депривація.
4. Модернізація суспільства та її види. Соціальний капітал.
5. Проблема бідності.

Тема 10. Соціологія девіантної поведінки та злочинності

1. Аномія та девіація як функція низькоорганізованої системи та як соціальна мутація.
2. Девіантність як результат навішування ярликів та соціальної стигматизації.
3. Теорії злочинності. Бідність, маргіналізація та брак соціального контролю як чинники злочинності.
4. Криміналізація (завищеність правових норм) та кримінальна субкультура як чинники злочинності.
5. Професійна та організована злочинність, їх чинники та функціональність.

Тема 11. Культура суспільства

1. Культура і субкультури, їх взаємодія та розвиток. Функції культури.
2. Механізми й умови передачі культури. Економічні та культурні чинники розвитку суспільства.
3. Глибина культури суспільства.
4. Культура «сорому» та «вини». Сільська та міська культура.
5. Культура та цивілізація. Капіталізм та протестантська трудова культура.

Тема 12. Соціологія праці та управління

1. Соціальні та політичні механізми ринку праці. Еволюція теорій управління.
2. Виробнича адаптація, види трудової поведінки та кар'єри.
3. Дослідження мотивації та стимулювання праці. Трудоголізм та робота впівсили.
4. Співвідношення «сім'ї» та «роботи» в системі цінностей людини.
5. «Людський капітал» та управління персоналом.

Тема 13. Соціологія політики

1. Поведінка різних видів влади, держави та політичної системи.
2. Політична культура та соціалізація
3. Електоральна поведінка та політтехнології.
4. Соціологія політичних партій та партійних систем.
5. Вплив лідера та ідеології на масову свідомість.

Тема 14. Соціологія релігії

1. Вплив соціальних функцій релігії на поведінку людей.
2. Особливості поведінки людей на різних етапах еволюція релігії та в різних її типах.
3. Релігійність, її критерії та види.
4. Вплив релігійних організацій на суспільство.
5. Взаємодія релігії, моралі та політики.

Тема 15. Соціологія ЗМІ, реклами та PR

1. Масове суспільство та масові комунікації.
2. Чутки, мода і масові пристрасті як фактори масової поведінки та неорганізовані форми масової комунікації.
3. Громадська думка, її структура та механізм формування.
4. Можливості та межі управління й маніпулювання громадською думкою.
5. Відмінності PR-діяльності, пропаганди, реклами та паблісіті.

Тема 16. Соціологія дозвілля

1. Вибір між зростанням доходу та збільшенням часу дозвілля. Дауншифтинг.
2. Співвідношення пасивного дозвілля (споживання, рекреація та розваги) й активного (змагання і самореалізація або помста і вандалізм) та чинники їх вибору.
3. Авторитарність та емпатія як гендерні маркери способу життя.
4. Ігроманія та інші адикції як прояв соціальної дезадаптованості.
5. Соціологія шлюбу, сім'ї та розлучення.

Загальна література:

1. Американская социология. – М., 1972. - 392С.
2. Волков Ю.Г., Мостовая И.В. Социология. – М., 2002. – 432С.
3. Гіденс Е. Соціологія., – К., 1999. – 726С.
4. Горелов А.А. Социология. – М., 2002. – 400С.
5. Жоль К.К. Соціологія. – К., 2005. – 440С.
6. Кравченко А.И. Основы социологии и политологии. – М., 2006. – 352С.
7. Кравченко А.И. Социология. – М., 2005. – 512С.
8. Кравченко А.И. Социология. Хрестоматия для вузов. – М., 2002. – 736С.
9. Лукашевич М.П., Туленков М.В. Соціологія. Базовий курс. – К., 2005. – 312С.
10. Лукашевич М.П., Туленков М.В., Гринчук А.В. Соціологія. Підручник для дистанційного навчання. – К., 2005. – 337С.
11. Некрасов А.И. Социология. Харьков, 2004. – 304С.
12. Огаренко В.М., Малахова Ж.Д. Соціологія малих груп. – К., 2005. – 292С.
13. Піча В.М. Соціологія. – К., 1999. – 248С.
14. Рысь Ю.И., Степанов В.Е. Социология. – М., 2003. – 518С.
15. Соціологія / За заг. ред. В.П.Андрущенко, М.І.Горлача – К., 1998. – 624С.
16. Соціологія / За ред. В.Г.Городяненка – К., 1999. – 384С.
17. Фролов С.С. Социология. – М., 1999. – 344С.
18. Царство натовпу. – К., 1991. – 24С.
19. Якуба Е.А. Социология. – Харьков, 1996. – 192С.
20. Современная западная социология. Словарь. – М., 1990. – 432С. (та інші словники й енциклопедії по соціології)

ТЕКСТ ЛЕКЦІЙ

Тема 1. Предмет соціології

1. Принцип позитивізму О.Конта.
2. Операціоналізація понять.
3. Принцип об'єктивності.
4. Каузальні пояснення. Причини та чинники.
5. Когнітивні карти та логіко-понятійні схеми.

Практичне завдання №1: групою з двох студентів операціоналізувати один із цих термінів: 1)«ступінь почуття любові однієї людини до іншої», 2)«задоволеність навчанням у СумДУ», 3)«якість випускників СумДУ», 4)«широта кругозору людини», 5)«рівень освіченості», 6)«рівень ввічливості», 7)«рівень особистої свободи», 8)«рівень щастя індивіда», 9)«рівень розумності особи», 10)«рівень привабливості особи», 11)«рівень жадібності», 12)«рівень інтелігентності», 13)«рівень старанності», 14)«рівень бажання вчитись», 15)«рівень обдарованості».

Ключові терміни теми №1: соціологія, її предмет, мета та метод досліджень; принципи позитивізму та об'єктивності; операціоналізація понять та неопераціоналізоване мислення, каузальне пояснення, причини та чинники, схематизація, когнітивні карти та логіко-понятійні схеми.

1. 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 і примусом, а управляти в точному смислі слова, - а це хоч і дає значно кращий результат завдяки більшій мотивації виконавців, але вимагає і більшої кваліфікації від управлінців. Отже, **мета** досліджень цієї 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 те, що вивчає дана наука, точніше, це ті особливості досліджуваних нею явищ, які вивчає лише вона, тобто які виділяють 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 (тобто, надійним чином зафіксувати у зовнішній поведінці), то вони і не вивчаються соціологами, навіть якщо по обличчю людини можна здогадатися, що вона відчуває і про що думає. 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, 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. Це і є опис зовнішньої поведінки, адже лише її можна поррахувати, 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, МРТ¹ та іншими приладами, або підрахунком мікроекспресій обличчя за методом Пола Екмана²). 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).

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

² Ложь и эмоции // <http://www.lie-emotions.com.ua/>

2. 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?»³). 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 умов 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 глобальної задачі, адже соціологія – точна і прикладна наука.

А крім того, чим більше таких, дрібних, нібито, 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 самі, що найбагатші або найстабільніші (дивись про це роботу М.Аргайла «Психологія щастя»⁴, а також міжнародні розрахунки «Індексу розвитку людського потенціалу (ІРЛП)», «Індексу якості життя», «Міжнародного індексу щастя» або «Валового національного щастя»). Підтверджує цей висновок і вивчення зворотного щастю явища «відносної депривації» (див. далі, тему №9 цього посібника).

Варто додати, що операціоналізацію варто застосовувати і в повсякденному житті, ставлячи собі і іншим уточнюючі й максимально конкретні запитання про цілі своїх дій і можливості їх досягнення, мотиви саме такої поведінки тощо. В сучасній організаційно-управлінській практиці це називається «кайдзен-питання», а їх технологія базується на японських традиціях корпоративного менеджменту, які цілком доказали свою ефективність⁵.

3. А от будь-які домисли, – зокрема довірливі 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 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 зазираєш, 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 певну 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 про причини людської поведінки, а також – власних бажань представити себе у якомога кращому світлі.

Давайте замислимось, де саме можна використовувати описані соціологічні підходи і які вигоди це дає. Насправді – всюди. Візьміть, хоча б, футбол, де вже давно, - принаймні з часів Валерія Лобановського, - ведуться підрахунки дій як окремого гравця, так і всієї команди. І це робиться не з цікавості, а для виявлення слабких місць, своїх і чужих. Наприклад, якщо відомо, що команда пропускає багато голів в останні хвилини матчу, значить їй треба працювати над фізичною

³ Гегель. Хто мислить абстрактно // <http://blog.i.ua/user/2992672/1306877>

⁴ 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>

⁵ Про «кайдзен-питання» див.: <https://kolesnik.ru/methods/kaizen-questions/>

витривалістю і мотиваційним настроєм на гру. А якщо виявиться, що забиває вона переважно із близьких відстаней, то їй варто відпрацьовувати удари здалеку і знаходити відповідних футболістів.

Зараз подібну статистику можна побачити і підчас трансляції матчів Англійської прем'єр-ліги або футбольних Єврокубків, але практика показує, що для важливих висновків статистики якраз і не досить. Мало знати число кілометрів, які пробіг футболіст або скільки разів пробив по воротах, а тим більше – підсумовувати ці показники за декілька ігор, адже він може мати гарну статистику за рахунок зустрічей із слабкими суперниками, але погано грати із сильними, або, скажімо, бити по воротах там, де цього не варто було робити, – а значить ці показники слід зараховувати йому в «пасив», а не в заслуги⁶.

Цей умовний приклад якраз і демонструє відмінність соціології від *статистики* як науки. Остання зосереджується на операціях із кількісними показниками: виявленні лінійних закономірностей їх розподілу та взаємозалежності і побудові прогнозу зростання чи зменшення цих показників. Тобто її не цікавить те, чому так відбувається. Цей, статистичний підхід цілком задовольняє, наприклад, букмекерські контори, які не керують даним процесом, а лише використовують азарт уболівальників⁷. На відміну від них, керівники спортивних команд хочуть знати, як вони можуть змінити те, що їх не влаштовує, а тому їм потрібен не кількісний, а якісний аналіз, тобто виявлення причин цих процесів. Соціологія уміє виявляти причини поведінки людей, і саме в цьому її перевага. Втім, як вона це робить, ми розглянемо далі, у четвертому питанні даної теми, а до цього треба пояснити, що таке *неопераціоналізоване мислення*, яке, власне, і заважає зрозуміти поведінку людей взагалі і специфіку її соціологічного вивчення зокрема.

Люди, як ми вже казали, схильні користуватись абстрактними, чітко не визначеними поняттями, які вони навіть не намагаються уточнити. Наприклад, керівник навчального закладу ставить питання, чому його учні погано вчаться? Тут у хорошого соціолога (із операціоналізованим мисленням) одразу би виникло зустрічне запитання: що таке «погано вчаться»? Чи означає цей вираз «низькі оцінки», чи, може, «слабкі знання» (а це, погодьтеся, не одне і те ж), а може керівника взагалі хвилює дисципліна? Причому якщо взяти за критерій «низькі оцінки» (а це вже більш-менш вимірювана ознака), то що є межею, за якою оцінки вважаються низькими і за яку бажано не переходити? Але у керівника (в даному випадку – не найкращого) ці уточнюючі питання не виникають, а тому він відразу «знаходить» таку ж абстрактну відповідь: учні – ліниві! А звідси таким же очевидним йому здається і вирішення цієї проблеми: треба цих ледарів сильніше «ганяти», давати більше роботи і страшніше лякати. Звичайно, такому «менеджеру» (із бюрократично-тиранічними звичками) соціологія не потрібна, хоча його дії схожі на спробу ремонтувати механізм при повному незнанні його особливостей і принципів роботи.

Це прояв неопераціоналізованого мислення, яке і стає причиною більшості управлінських помилок, а головне – невтішних результатів. Скажімо, чому згаданий керівник назвав лінь причиною «поганого навчання»? Тому що в умах людей існує такий стереотип мислення: «не вчаться – значить не хочуть», а «не хочуть вчитись – значить ліниві». Цей голослівний висновок ніхто ніколи не перевіряв і не вважав за потрібне. Однак саме із такими догмами та ілюзіями і має боротися соціологія. Давайте спробуємо. Низькі оцінки (якщо ми вже домовилися вважати, що саме вони є критерієм, ознакою «поганого навчання») можуть бути наслідком завищених вимог учителів, їх невміння пояснити матеріал доступно або браком часу і надміром матеріалу у програмі, а можуть бути і наслідком небажання учнів працювати, але не через лінь, а тому, що у них не сформовано цікавості до даного предмету чи до навчання взагалі, або така цікавість «вбита» бездумним викладанням і принизливим ставленням до учнів.

Причин може бути багато і найшвидше у кожній категорії учнів – інша (і виявити це можна, лише провівши соціологічне дослідження), але чому ж серед причин нами не названа лінь? А якраз тому, що нема такого реального явища, як «лінь», а є багато різних явищ, названих одним словом. Вигаданість цього терміну доказує просте міркування: якщо у якоїсь людини і вправду є така постійна особиста риса, як лінь, то вона має проявляти її всюди і завжди; проте на ділі вона буває неповоротка і ледаща, лише коли змушена читати нецікаву книгу, але стає енергійною та допитливою, коли шукає футбольні новини або дивиться улюблений фільм. А отже «лінь» - це не

⁶ Подібні розрахунки особливо розвинуті й ефективні у США, де існують цілі наукові напрямки, як-от «Sabermetrics» для бейсболу, «APBRmetrics» для баскетболу чи «Theorcrafter» для комп'ютерних ігор (див. ці терміни англійською у Вікіпедії).

⁷ Див., напр. http://sportal-gm.blogspot.com/2011/07/blog-post_261.html, <http://stavochka.com/view.php?contentid=82>

справжнє явище, а неопераціоналізоване, догматичне поняття, яке неможливо досліджувати і не варто використовувати. А от у чому можна і треба розібратись, то це – що таке «причина»?

4. 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 короткочасної події, що охопила великі людські масиви (мільйони людей впродовж кількох днів або тижнів). 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, знов-таки, абстрактний термін, який узагальнює чимало суспільних явищ, точне число або мінімально необхідний набір яких нікому не відомий. Втім, навіть такими термінами можна користуватись (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 відбувається це тому, що очікування мас ростуть набагато швидше, ніж покращується їх життя, особливо якщо політики хваляться успіхами і занадто обіцяють, замість того, щоби налаштувати всіх на 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 мінімальної кількості людей у конкретних, короткочасних обставинах. 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). Просто тут мало місце недоречне намагання знайти всезагальну причину поодиноких об'єктів і подій, щодо яких можливо і треба шукати лише чинники.

Інакше кажучи, коли соціологи розглядають окреме рішення й окрему дію конкретної людини або групи (котра діє злагоджено, як єдине ціле), то вони шукають чинники цього, а коли вивчають якесь масове і постійно існуюче явище, 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, щоби поразки змінилися на перемоги, - це ідея доволі наївна і безграмотна. Візьмемо таке масштабне (і не тільки в нашій країні) явище, як корупцію. Пояснювати її будь-яким чинником (скажімо, особистою жадібністю) глупо, адже це не індивідуальна погіршеність, а дії багатьох людей впродовж багатьох років. Що ж є спільною причиною для всіх цих багатьох людей? Тут знову не варто занадто узагальнювати: для всіх часів і всіх корупціонерів єдину причину не знайдеш; але для такої цілісної політичної системи, як Україна, і в конкретний, - сьогоdnішній, зокрема, - час її відшукати можна.

Ця причина стає зрозумілою, коли розглядаєш найбільш поширені випадки порушень, якими є зовсім не індивідуальні багатотисячні хабарі, а менш коштовні, але масові й буденні «підношення» за дію, що потрібна, але не передбачена правилами (хоч і необов'язково незаконна, наприклад, заміна труби сантехніком). А значить, причиною є нерегламентованість багатьох нагальних питань, їх невіршеність у правилах, що існують, а відтак і неможливість вирішувати їх інакше як в обхід цих правил, а отже – неформально і особисто. І ось тут ми, нарешті, підходимо до того, чому виявлення причини не надто допомагає вирішенню проблеми. Неважко порекомендувати владі писати правила (закони, інструкції) краще, тобто докладніше і конкретніше, із урахуванням усіх можливих ситуацій і справедливих способів їх вирішення та ще й із визначенням способів контролю за їх дотриманням. Однак якщо нам самим більш конкретно і детально уявити, хто і як це писатиме, то стає очевидним, що ті, хто «нагорі» пише такі правила, не завжди знають, як працюють люди «внизу». 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). Втім, термін «система» буде розглядатись у темі №3, а зараз із її згадування можна лише зробити доволі впевнений прогноз, що поскільки залишкова централізація шкодить Україні, то вона поступово, але неминуче буде зникати. А відтак ослабне і ця причина корупції: центри створення правил будуть наближені до виконавців і потреби чи навіть можливості йти в обхід них буде куди менше. Тобто знання причин дозволяє зрозуміти, що із часом все вирішиться саме по собі, але що зробити, аби цей процес пришвидшити, це знання, на жаль, не підказує. І це іще один привід не користуватись терміном «причина» у соціології, науці, що за визначенням повинна давати конкретні практичні рекомендації, а не заспокоювати обіцянками, що все налагодиться.

5. Справжні соціологічні знання є такими, що легко піддаються схематизації, причому – не бездумно-формальній, коли прямокутники та стрілочки поєднують будь-які, не пов'язані між собою назви, а такій, коли схема передає причинно-наслідкові зв'язки і з неї можна зробити практичні висновки про те, яка ключова ланка потребує змін для зрушення ситуації із замкненого кола. Звичайно, й інші науки користуються схемами, але більш формалізовані науки (більш «точні», як математика чи фізика) користуються виключно символами й формулами та незмінними для всіх об'єктів правилами розрахунків, а науки, менш формалізовані, ніж соціологія (як-от філософія чи історія), зловживають «пустими абстракціями» і тому їх схеми не спонукають до жодних висновків, а лише подають гіпотези авторів у красивій упаковці.

Перший тип соціологічних схем є відображенням **реального сполучення чинників**, що впливають на поведінку, а також результатів їх впливу, тобто ментальних чи поведінкових реакцій, які у свою чергу впливають на подальший перебіг подій. Очевидно, що це відображення існує у сприйнятті людей, а тому і називається **когнітивною** (ментальною) **картою**. Теорію когнітивних карт (схем генетичних зв'язків) створили М.Вертгеймер та Е.Толмен у середині ХХ століття⁸. Вертгеймер першим звернув увагу (у книзі «Продуктивне мислення», 1936-1943 років) на те, що коли рішення задачі досягається внаслідок механічного повторення завчених правил або завдяки випадковому відкриттю в серії сліпих проб, то це не є справжнім мисленням⁹. І справді, мислення, яке він назвав продуктивним, повинно прогнозувати дійсність не через очікування повтору попередніх подій (як це буває у генералів, що «завжди готуються до минулих війн») і не через просте угадування (як у поганих студентів), а шляхом виявлення схем взаємозв'язку і розвитку подій.

Саме такий спосіб мислення і є основним для соціології, адже її виправдані на ділі прогнози базуються на виведенні схем поведінки певного типу людей у конкретному варіанті ситуації, тобто не роблять надміру узагальнюючих висновків, а мають прикладний характер. Аналізуючи поведінку щурів у лабіринті, Е.Толмен (у книзі «Когнітивні карти у щурів і людини», 1948 рік) прийшов до висновку, що в результаті бігання заплутаними коридорами у щура формується особлива структура, яку можна назвати когнітивною картою навколишнього середовища, і саме вона визначає всі наступні дії щура в цьому та інших схожих лабіринтах. Він припустив, що когнітивні карти визначають також поведінку людей, і закликав до «розширення» когнітивних карт як засобу боротьби з надлишком агресивності.

На думку М.Вертгеймера, головними в процесі мислення є не стільки технічні процедури вирішення поставленого завдання, скільки саме її формулювання, тобто – постановка проблеми. Саме тому майбутні системи штучного інтелекту хоч і зможуть вирішувати будь-які проблеми, але не зможуть їх ставити. Адже не тільки науковий, але і повсякденний аналіз проблемних ситуацій вимагає не просто часткових, прикладних знань, - необхідні узагальнюючі знання про структуру проблеми або ситуації. І наш мозок такі когнітивні стереотипи обов'язково виробляє або засвоює їх від оточення. Так, в епоху Великої французької революції важливим елементом революційної ментальності стала універсальна пояснювальна схема, згідно з якою всі труднощі та невдачі є

⁸ Про когнітивні карти див.: http://socioline.ru/seminar/library/plotinsky/plot_132.php

⁹ Вертгеймер М. Продуктивное мышление: Пер. с англ. / Общ. ред. С. Ф. Горбова и В. П. Зинченко. - М.: Прогресс, 1987. - 336 с., с.37. – Режим доступу: http://www.bim-bad.ru/docs/wertheimer_productive_thinking.pdf

результатом підступів ворогів революції, - що, звісно, було неприпустимим спрощенням і нерациональним стереотипом.

Ось чому людям треба свідомо і продумано створювати пояснювальні схеми, для чого існує вже досить розвинена методика когнітивних карт, або т.зв. майнд-карт¹⁰. Як приклад когнітивної карти розглянемо уявлення людини, що знаходиться в депресії.

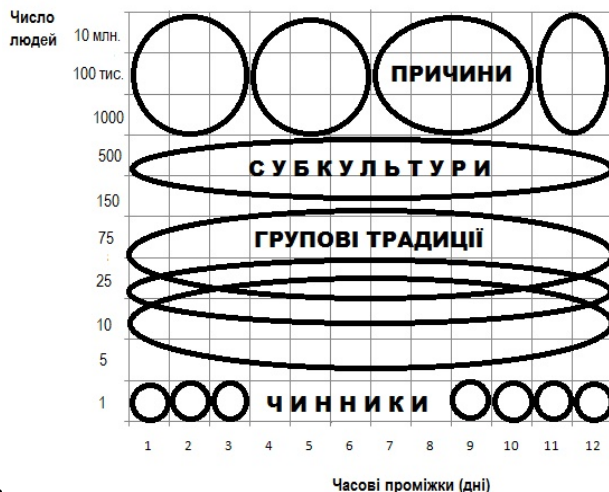
Припустимо, що її самооцінка під впливом череди невдач знизилася. Це може привести як до бажання довести собі випадковість цього, так і до висновку, що «мені нічого не світить», і вибір між ними є цілком вільним, хоча почасти й залежить від характеру людини. В першому випадку мотивація досягнень об'єктивно зросла би, а в другому, який ми розглядаємо, зменшилася разом із здатністю добиватися свого. Це, в свою чергу об'єктивно збільшило потребу в допомозі (яку оточуючі переважно готові надати). Однак на шляху отримання такої допомоги повстає суб'єктивна боязнь, що люди будуть з неї глузувати, чого вона допустити не може, адже її самооцінка і так низька, а тому сильно залежить від зовнішньої оцінки.

Тож людина відмовляється ризикувати самооцінкою і не приймає чужу допомогу, навіть коли її пропонують без жодного прохання. Брак допомоги і підтримки збільшує череду її невдач і це сприймається як підтвердження низької самооцінки, а далі розвиток депресії йде по другому колу, в якому можливість вибору між оптимістичною чи песимістичною самооцінкою майже зникає – на користь останньої. Щоби знайти вихід із, здавалося б, безвихідної ситуації, необхідно скоригувати її картину світу. Слід переконати людину в тому, що допомога інших свідчить про любов до неї друзів і родичів, і про її цінність для них, а значить їх допомога повинна підвищувати її самооцінку. У цьому випадку замкнене коло починає працювати в напрямку виходу із депресії (але це вже буде інше «коло» й інша схема).



Можливий і **другий тип соціологічних схем**, - який відображає не генетичний зв'язок чинників і поведінки (як це було в першому типі), - а **границі застосування термінів**, тобто їх застосовність до певного класу досліджуваних об'єктів і відмежування від інших близьких термінів. Це важливо для того, щоби не поєднувати при розгляді різномасштабні й не контактуючі безпосередньо об'єкти (такі, як атом і праска, людина і суспільство, - які взаємодіють через посередництво багатьох проміжних ланок), а значить – щоби правильно користуватися мовою науки. Очевидно, що такі, логіко-понятійні схеми потрібні скоріше для візуалізації матеріалу і для його засвоєння (навчання), але вони можуть стати в нагоді і для пояснення співрозмовнику своєї або його власної думки, для знаходження між ними компромісу тощо.

Розглянемо для прикладу логічну схему таких понять, як «чинники», «причини», «традиції», та «субкультури» (половину з яких ми описали вище, а решту ще будемо вивчати). Як ми пригадуємо, подія, що відбулася з одною людиною в один момент її життя (на схемі це позначено, як один день), породжується необмеженим числом *чинників*. Натомість подія, що відбувається в короткий проміжок часу (навіть чи за один день, але і не місяці, бо це вже буде ряд подій) у великої кількості людей (сотні тисяч або мільйонів) породжується спільною для них *причиною*. Однак постає питання: а що спричиняє події, які охоплюють менші спільноти: не тисячі, але і не одиниці? І відповіддю будуть ще два терміни, які в цьому посібнику розглядатимуться далі: *групові традиції* (тобто прийняті в ній манери поведінки, характерні для масштабу одного чи кількох десятків людей) і *субкультури* (стилі життя, характерні для масштабу сотень або тисяч людей), - котрі на противагу



¹⁰ Про комп'ютерні майнд-карти, які дозволяють розподіляти інфор тощо див.: <http://prokomputer.ru/maind-map/>; <https://www.mindmeister.com/ru/>; <http://soft.mydiv.net/win/download-Mindjet-MindManager.html>

попереднім двом термінам описують типові й регулярні події, протяжність яких є настільки довгою, наскільки довго існує (не змінюючись) спільнота, що її виробила.

Як бачимо, якщо хтось добре розібрався із сенсом термінів та до чого саме їх можна застосовувати, він легко зможе виразити це в понятійно-логічній схемі, а якщо він до того ж збагнув причинно-наслідкову «механіку» розвитку подій, то буде здатен написати і когнітивну карту генетичного зв'язку чинників і поведінки.

Визначення ключових термінів теми №1:

1. **Предмет** соціології – поведінка конкретних людей у конкретних обставинах.
2. **Мета** досліджень соціології – прогнозування поведінки людей для управління ними.
3. **Метод** досліджень у соціології – природничо-науковий: спостереження, виявлення типів і повторюваностей, розрахунок закономірностей, прогнозування процесів і рекомендації по їх практичному застосуванню.
4. **Принцип позитивізму**: вивчати можна лише те, що можливо виміряти й розрахувати математично.
5. **Операціоналізація понять** – зведення (редукція) абстрактних понять до конкретних, вимірюваних ознак.
6. **Неопераціоналізоване мислення** – таке, що користується «пустими абстракціями», тобто «ярликами», чітко не визначеними поняттями, котрі люди навіть не намагаються уточнити, адже вони замінюють їм справжній пошук причин і дають відчуття розуміння ситуації.
7. **Принцип об'єктивності**: причини поведінки людей ніколи не співпадають із тим, як вони її пояснюють, а тому їх треба вивчати, аналізуючи, як міняється поведінка під впливом окремих чинників.
8. **Каузальне пояснення** – таке, що виявляє, якою причиною або чинниками викликане досліджуване явище, яка сила привела до його виникнення.
9. **Причина** – це обставина, дія якої на 100% визначає наступний результат і яка фактично є філософсько-історичним узагальненням, а тому її повторюваність можна побачити лише при розгляді короткочасної події, що охопила великі людські масиви (мільйони людей впродовж кількох днів або тижнів), що непридатне для соціології.
10. **Чинники** (фактори) – це обставини, дія кожного з яких не визначає на 100% наступний результат, і неможливо передбачити, яка саме їх сукупність до нього призведе, а тому чинники слід розраховувати лише для подій із мінімальною кількістю учасників у конкретних, короткочасних обставинах.
11. **Перший тип соціологічних схем є когнітивною (ментальною) картою**, тобто відображенням **реального сполучення чинників**, що впливають на досліджувану поведінку, а також результатів їх впливу, тобто ментальних чи поведінкових реакцій, які у свою чергу впливають на подальший перебіг подій.
12. **Другий тип соціологічних схем є логіко-понятійною схемою**, яка відображає (візуалізує) **границі застосування термінів**, тобто їх застосовність до певного класу досліджуваних об'єктів і відмежування від інших близьких термінів.

Тема 2. Конкретне соціологічне дослідження

1. Можливості та цілі конкретно-соціологічного дослідження (КСД).
2. Кількісні методи дослідження й обробки результатів в опитуванні, тестуванні та соціометрії.
3. Якісні методи дослідження й обробки результатів в інтерв'ю, фокус-групі та контент-аналізі.
4. Програма КСД. Категоризація опитуваних. Вибірка та її види. Вимоги до складання анкети.
5. Експерименти Ф.Зімбардо, С.Мілгрема, С.Аша, С.Московічі, Н.Тріплета, Йеркса-Додсона.

Практичне завдання №2: групою з двох-трьох студентів скласти анкету, зокрема:

(А)розробити **три** взаємодоповнювані питання анкети із усіма можливими відповідями (головні вимоги до яких – операціоналізованість термінів, відсутність навідних запитань або відповідей і неочевидність наміру запитань) по одній із таких тем: 1.Рівень бажання вчитись; 2.Рівень старанності у навчанні; 3.Рівень задоволеності навчанням; 4.Оцінка якості викладання (на факультеті в цілому, по даній спеціальності або по окремих дисциплінах); 4. Оцінка цікавості викладання (на факультеті в цілому, по даній спеціальності або по окремих дисциплінах); 5.Оцінка корисності навчальних дисциплін (всіх, що викладаються, кожної окремо або по напрямках); 6.Ефективність

стилю поведінки викладача на заняттях; 7.Оцінка вміння мотивувати до навчання окремих викладачів або цілих кафедр; 8.Оцінка вміння спілкуватись і знаходити спільну мову зі студентами окремих викладачів або цілих кафедр; 9.Оцінка вміння доходливо пояснити матеріал і відповісти на запитання (окремих викладачів або цілих кафедр); 10.Рівень педагогічної майстерності викладача; 11.Рівень бажання працювати зі студентами окремого викладача; 12.Рівень компетентності викладача у дисципліні, що він викладає;

(Б)скласти ще *два* запитання, за допомогою яких можна буде категоризувати опитуваних, причому – на ті категорії, між яким насправді будуть відмінності у ставленні до головних питань анкети (тобто – трьох попередніх питань); інакше кажучи, треба

(В)продумати й обґрунтувати, чому саме між цими категоріями опитуваних будуть найбільші відмінності у ставленні до головних питань анкети.

Ключові терміни теми №2:

1. Перед конкретно-соціологічними дослідженнями (КСД) ставлять **цілі** спрогнозувати поведінку конкретних груп у конкретних, передбачуваних обставинах (наприклад, на виборах). Ці, досліджувані групи можуть бути і доволі великими, такими як місто чи область або ціла країна, проте фактично досліджуватись будуть представники окремих районів міста (скажімо, райони приватних будинків і багатоповерхівок, центральні чи окраїнні) або окремих категорій опитуваних (багаті й бідні, освічені та некваліфіковані, молоді й похилого віку), а потім отримані дані будуть помножуватись пропорційно до питомої ваги даного району чи категорії у складі міста і результати всіх районів (або всіх категорій) будуть підсумовані як громадська думка міста. Тож неправильно говорити, що КСД вивчає всю країну або великий завод як єдиний об'єкт, - ні, досліджуються окремі їх елементи, достатньо малі для того, щоби бути цілісним утворенням і вести себе як єдиний організм.

2. **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 неширо), 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 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 робити 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 страх 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 урізноміч, 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 соціометрія¹¹.

3. 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 дослідники¹². 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. Тому запитань у ньому багато (100-200) 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.

¹¹ Див.: Социометрия. - Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/1106/word/sociometrija>; Метод социометрии. Понятия и процедуры. - Режим доступа: <http://biofile.ru/psy/1659.html>

¹² Див.: Ауэрбах К. Качественные данные; Страусс А. Основы качественного исследования. - Режим доступа: http://www.sociologos.ru/metody_i_tehnologii/Novye_postupleniya

Через велику кількість питань треба завчасно домовлятися із співрозмовником і налаштувати його 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 теж є різновидом інтерв'ю, широті учасників у якому досягають через групову дискусію, тобто зіткнення і взаємостимулювання думок, - що робить останні більш чесними (бо на людях прикидатися важче) і більш об'єктивними (гасяться найбезглуздіші думки, а перемагають ті, що віддзеркалюють загальну думку). Фокус-група є суб'єктивним методом дослідження. Суб'єктивність тут має місце як із 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.

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 інформацію¹³.

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 брендів та іміджевих характеристик;
- вивчення лексики даної категорії населення, корисного для просування продукту, організації чи політика на ринку відповідних послуг, проведення рекламної чи PR-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.

¹³ Див. повніше про цей метод: Белановский С.А. Метод фокус-груп. – Режим доступу: <http://www.marketing.spb.ru/lib-research/focus/belanovsky/>; Мертон Р. Фокусированное интервью. – Режим доступу: <http://socioline.ru/pages/rmerton-mfiske-pkendall-fokusirovannoe-intervyu>

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, закономірність така, що чим меншою є група, тим імовірніше отримання справді глибинної, 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 односторонцями). 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 порозумітись. 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 широкої 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 структурування називається «прямою воронкою» або прямою послідовністю тем. Інший *варіант (індуктивний)* 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 структурування 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 *проективні методика* (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. Проективні методика дозволяють виявляти латентні (приховані) характеристики споживчої чи електоральної поведінки, преференцій та невербалізованих емоцій. Подібним же чином діють і інші якісні методика: 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 установаження 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 умілий 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 «заходили», «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'юер 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 досліджуваної проблеми, 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.

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 контексті¹⁴. 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 настроями 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 дослідниками 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

¹⁴ 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/Передовиця/що-кажуть-українцям-кандидати-інфографіка>

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.

1. **4.** Першим етапом конкретного соціологічного дослідження (КСД) має бути розробка його **програми**, зокрема таких її частин: 1) *теми дослідження*, яка має бути максимально операціоналізованою у своєму формулюванні і яку треба конкретизувати у замовника; 2) *характеристики вихідних уявлень* про дану тему, яку можна отримати в ході інтерв'ю чи фокус-групах із експертами з боку замовника, а можливо – і об'єкта дослідження; 3) *мети дослідження*; 4) *завдань дослідження*; 5) *об'єкта дослідження*; 6) *предмета аналізу*; 7) *вихідних теоретичних понять дослідження*; 8) операціоналізуючих ці теоретичні поняття *емпіричних одиниць аналізу (індикаторів)*; 9) *робочої гіпотези* та відповідної їй *категоризації опитуваних*; 10) *розрахунок вибірки*.

Як правило, замовник визначає не *тему*, а проблемну ситуацію і побажання до КСД. Наприклад, у такому вигляді: «З'ясуйте, чим незадоволені наші робітники і чи може бути на нашому підприємстві страйк». Але така постановка ще занадто загальна і невизначена. Вона може бути виражена у різних варіантах дослідницьких тем: а) «Ступінь імовірності страйку», б) «Причини соціальної напруженості на підприємстві», в) «Основні вогнища соціальної конфліктності на підприємстві», г) «Можливості запобігання страйку», д) «Думки робітників підприємства про доцільність страйку» тощо. Очевидно, що від того, як буде сформульована тема дослідження, залежить уся наступна робота соціолога. Тому він має уточнити в замовника, що саме йому хочеться довідатися найбільшою мірою, підказати йому можливі варіації проблеми, спільно вибрати придатну тему і затвердити її спільним рішенням.

Вихідні уявлення сторін щодо визначеної проблеми відображають скоріше їх упередження та принципи (постулати) їх діяльності, але попри можливу хибність, їх треба уважно і без критики вивчати і максимально накопичувати, використовуючи якісні (тобто не обчислювальні) методи, щоби зрозуміти, у яких питаннях є між ними серйозні розходження.

Мета – кінцевий результат, якого соціолог хоче досягти у дослідженні. У нашому прикладі можливі такі варіанти мети дослідження: 1) запобігання страйку робітників шляхом завчасного вирішення проблеми (оптимальний, але рідкісний на практиці варіант); 2) інформування керівництва підприємства про імовірність страйку та можливу ступінь його гостроти (для підготовки, якщо вже він неминучий, - що є найпримітивнішою метою); 3) виявлення виробничих підрозділів (чи категорій працівників), зацікавлених у проведенні страйку, їх мотивів, упереджень і міри готовності до компромісу (тобто даних, що дозволяють гармонізувати виробничі відносини засобами PR-діяльності). Мета дослідження – це подальша конкретизація теми, що вже певним чином долає хибні вихідні уявлення і дозволяє усвідомити найважливіші потреби замовника, які легше всього гармонізувати із цінностями іншої сторони (адже цінності і потреби у людей доволі близькі і взаємно зрозумілі, і лише погляди бувають непримиримими). Мета відображає сенс діяльності замовника (як він її розуміє) і формулюється питанням до нього: «Навіщо вам треба це знати?»¹⁵.

Завдання дослідження – система питань, відповідь на які забезпечує досягнення мети дослідження. Вони розділяються на основні завдання, орієнтовані на виявлення сутності проблеми, і додаткові, що стосуються окремих її аспектів. Втім, така складна структура завдань необхідна, якщо проводиться комплексне, багатоскладове КСД великого об'єкта дослідження. Але так буває нечасто

¹⁵ Це не зайва цікавість. Уявімо найпростішу задачу: у нас є 4 стільця в одній кімнаті і стільки ж в іншій; скільки їх усього? Виявляється, її неможливо вирішити, якщо не дізнатись, для чого дані стільці потрібні: якщо для обліку, їх 8; якщо для того, щоби хоч якось розміститись, то їх 7, бо один – поламаний; а якщо для прийняття поважної делегації, то лише 4, бо решта виглядає гірше.

і, більше того, варто уникати надміру великих масштабів дослідження, кількості завдань і навіть числа запитань у анкеті, при яких можливість похибки росте в геометричній прогресії. У розглядуваному прикладі завданнями можуть бути питання: 1. Наскільки велика ймовірність страйку? 2. Які категорії працівників найбільше схильні до страйку? 3. Які спірні питання виробничого життя і наскільки сильно викликають у них незадоволення? 4. Які конструктивні пропозиції щодо покращення виробничого життя є у керівників і працівників і як ці пропозиції сприймає інша сторона?

Об'єкт дослідження – конкретна частина суспільства (підприємство, галузь, регіон, соціальна група), де існує досліджувана проблема і яку треба вивчити. Визначення об'єкта відбувається на основі формулювання теми, вихідних уявлень, поставленої мети і завдань дослідження. У нашому прикладі об'єктом вивчення може бути: (а) колектив усієї організації; (б) усі робітники (але не весь персонал) цієї організації; (в) колективи тільки основних виробничих підрозділів підприємства; (г) певні категорії працівників лише тих виробничих підрозділів, де склалася особливо напружена обстановка; (д) керівники профспілкових чи інших громадських організацій підприємства, що виражають інтереси потенційних страйкарів. Від того чи іншого визначення об'єкта дослідження буде залежати вибір методів збору інформації: у випадках (а) і (б) буде потрібно анкетування, у випадках (в) і (г) доцільніше застосувати інтерв'ю, а у випадку (д) – метод експертних оцінок.

Якщо метою дослідження буде, скажімо, запобігання страйку на підприємстві, а основним завданням – виявлення тих вимог, задоволення яких запобіжить страйку, то *предметом аналізу* може стати виявлення:

- усього набору вимог страйкарів;
- тієї їх частини, що розділяють всі чи більшість працівників;
- тих головних вимог, задоволення яких знизить розпалювання трудового конфлікту;
- професійно-кваліфікаційної структури потенційних страйкарів;
- їх демографічної структури;
- інтересів, цілей і мотивів лідерів страйкарів, ступеня єдності їх дій;
- інших факторів, що обумовлюють імовірність страйку.

Обравши предметом аналізу, скажімо, професійно-кваліфікаційну структуру потенційних страйкарів (тобто – питання, які за фахом і кваліфікацією робітники найбільше схильні до страйку), дослідники мають сформулювати *вихідні теоретичні поняття дослідження*: кваліфікаційні розряди, ставки оплати, службові обов'язки та умови праці, способи заохочення й кар'єрні перспективи, спірні питання і ступінь незадоволення тощо, - які в подальшому треба операціоналізувати (зробивши їх *емпіричними одиницями аналізу*, інакше кажучи – *індикаторами*): ступінь невдоволення кількістю та складністю вимог до працівника, що входять у його службові обов'язки, рівень задоволеності розмірами й формами оплати праці, оцінка робітниками заслуженості просування по службових сходах у цій фірмі та ймовірності цього для себе, ступінь незадоволення конкретними спірними питаннями виробничого життя. Інакше кажучи, *індикаторами завжди виступають конкретні оцінки, ступінь позитивності чи негативності ставлення людей до досліджуваних нами питань* (які сформульовані у завданнях дослідження).

Нарешті, *робочою гіпотезою* стає припущення про те, що конфліктогенний (підштовхуючий до страйку) індикатор є різним у різних за кваліфікацією працівників, а значить те, що їм найбільше не подобається – оплата чи можливості кар'єрного росту, важкість службових обов'язків чи комфортність умов праці – залежить від такого *чиннику*, як рівень кваліфікації працівників. Якщо, припустимо, є дві гіпотези: що схильність до страйку (і ймовірна участь у ньому) у низько- та середньокваліфікованих працівників відповідає їх рівню незадоволеності зарплатою, а у висококваліфікованих – рівню невдоволення можливостями кар'єрного росту, - то щоби підтвердити (чи ні) ці гіпотези, необхідно *розділити опитуваних на вказані категорії (категоризувати)* за рівнем кваліфікації, а потім вирахувати відсоток відповідей на питання анкети, обраних працівниками лише даної категорії (тобто відраховувати питому вагу відповідей від осіб одної кваліфікації, а не від усіх опитуваних). Якщо ми помічаємо тут явну схильність одної категорії до одних відповідей, а іншої – до других, то це означає для нас виявлення *математичної залежності (кореляції)* між ставленням, що виявлялося у запитанні анкети (індикатором) та приналежністю до даної категорії опитуваних (чинником).

Наприклад, по запитанню про незадоволеність оплатою праці серед людей із приблизно однаковими може вийти така таблиця:

<i>Індикатори:</i>	низькокваліфіковані	середньокваліфіковані	висококваліфіковані
--------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------

Чинники:			
1а. <i>Сильна</i> незадоволеність зарплатнею	80%	70%	10%
1б. <i>Середня</i> незадоволеність зарплатнею	15%	25%	45%
1в. <i>Слабка</i> незадоволеність зарплатнею	5%	5%	45%
<i>Разом:</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

А по запитанню про незадоволеність можливостями кар'єрного росту може вийти наступна таблиця:

Чинники:	Індикатори:	низькокваліфіковані	середньокваліфіковані	висококваліфіковані
2а. <i>Сильна</i> незадоволеність можливостями кар'єрного росту		5%	10%	85%
2б. <i>Середня</i> незадоволеність можливостями кар'єрного росту		5%	15%	15%
2в. <i>Слабка</i> незадоволеність можливостями кар'єрного росту		90%	75%	0%
<i>Разом:</i>		<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

Отже, із цих (умовних) результатів можна зробити висновок, що чинником, який спонукає відчувати сильну незадоволеність зарплатнею є низька та середня кваліфікація робітників, а незадоволеність наявними можливостями кар'єрного росту характерна для висококваліфікованих робітників. Звичайно, це не єдиний чинник схильності до страйку (адже смисл терміну «чинники» якраз у тому, що їх багато і вони діють водночас) і соціолог має виявити також інші, але тим самим способом: наприклад, **категоризувати опитуваних** (розділити на категорії) за тяжкістю роботи, за рівнем оплати, а може і за відносинами із керівником (сварливі та бездушні чи, навпаки, чутливі та заохочувальні). І може виявитись, що кількість незадоволених більша не там, де низька зарплата, а там, де гірші відносини із керівником. Можна категоризувати і за відповіддю на якесь питання анкети, але в цьому випадку запитання має бути особливо промовистим і значущим (хоча і не прозорим для опитуваного, аби він не почав робити відповідь «презентабельною»), - а для цього треба знати правила складання анкети, про які мова йтиме далі.

Опитуваних можна ділити на будь-які категорії (за статтю, за віком, за освітою), але варто поділити саме на ті, між якими буде помітна відмінність у відповідях (принаймні – відсотків 10). Наприклад, відповіді чоловіків і жінок можуть практично не відрізнитись, а це означає, що дослідник помилився, поспішивши обрати найбанальніші ознаки поділу, і що готовність до страйку не залежить від статі. Натомість, це може залежати від байдужості до роботи: або байдужі будуть схильні до страйку, щоби не працювати, або навпаки – будуть байдужими і до закликів страйкарів. Щоправда, *теоретичне поняття* «байдужості до роботи» треба ще операціоналізувати, щоби зробити його *індикатором* (вимірюваною одиницею аналізу), - наприклад, зводячи його до кількості висловлених робітником пропозицій та зауважень (якщо це взагалі поширене явище) або до кількості згадок про його участь в обговоренні проблем, що хвилюють колектив. Після чого треба поділити на «байдужих» і «небайдужих», і поррахувати, який відсоток відповідей на наші запитання в кожній із цих категорій.

Так чи інакше, 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 керівництва і поганою атмосферою на роботі. Значить, потрібні не фінансові реформи, а заміна керівників або

вироблення у них «соціальної чутливості»¹⁶. Саме такі висновки і повинні стати основою для розробки дослідниками стратегії гармонізації відносин між суб'єктом та об'єктом своєї діяльності.

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 саме будуть опитувати. Конкретні види вибірки (імовірнісна, систематична, гніздова і квотна) і, головне, способи їх розрахунку студенти мають вивчити самостійно¹⁷.

Основні **вимоги до складання соціологічної анкети** такі:

1) **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);

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

3) **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 нещирою);

4) **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 вгадає щось «правильне» і «красиве», а не відповідатиме щиро. Зрештою, щира відповідь – це відповідь миттєва, - по відчуттям, а не по роздумам);

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

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

7) **категоризація опитуваних на групи із різними соціально-демографічними ознаками**, які помітно **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);

8) **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).

5. Соціологічний експеримент – емпіричний метод вивчення, що полягає у моделюванні конкретних соціальних умов з метою 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 *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.

Що стосується методики й умов проведення **експериментів**, то про це слід почитати самостійно, адже не будь-який розіграш чи випробування є експериментом, а лише те, в якому від початку продумуються можливі варіанти реагування учасників і способи оцінки й фіксації

¹⁶ 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>

¹⁷ Див., зокрема, передостанню главу підручника соціології С.Теремка за адресою: http://www.elibm.com/books/sociologiya/sociologiya_teremko/index.html

отриманих результатів, а ці результати порівнюються між заздалегідь продуманими типами учасників, - щоби з цього можна було зробити узагальнюючі висновки¹⁸. Студентам потрібно також самим ознайомитися із найвідомішими соціологічними та психологічними експериментами (а вони близькі по методам і результатам), користуючись, наприклад, таким списком і книгами¹⁹.

Визначення ключових термінів теми №2:

1. **Цілі КСД** – спрогнозувати поведінку конкретних груп у конкретних, передбачуваних замовником обставинах, - що **можливо** зробити, насамперед, у порівняно малих групах, кожна з яких є цілісним утворенням і веде себе як єдиний організм (тоді як більші групи слід розбивати на подібні утворення, а потім підсумовувати загальний результат, врахувавши питому вагу кожного з них).
2. **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*.
3. Усне (в т.ч. телефонне) або письмове **опитування** за допомогою анкети, тобто – це репрезентативне анкетування великих мас людей (і лише іноді – небагатьох *експертів*) щодо невеликої кількості закритих питань (з варіантами відповідей) про їх емоційне ставлення до певної події чи проблеми, яка їх стосується, - щоби зробити висновки про їх переваги та цінності.
4. **Соціологічне тестування** проводиться за допомогою аналогічної по змісту анкети, до котрої, однак, додається, т.зв. «ключ», у якому кожній обраній відповіді призначається певний бал, а будь-якій їх сумі приписується відповідна характеристика, котра і є підсумком тестування.
5. **Соціометрія** – метод виявлення неформальної структури групи, її згуртованості та статусу в ній кожного її члена, який полягає в *неанонімному* опитуванні членів групи за стандартним набором питань про лідерів і нелідерів у різних можливих ситуаціях та графічним представленням результатів.
6. **Соціологічний експеримент** – емпіричний метод вивчення, що полягає у моделюванні конкретних соціальних умов з метою з'ясування, як вони впливають на поведінку різних категорій людей.
7. **Якісні методи КСД**, 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 дослідники.
8. **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 переваг (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 запитань у ньому багато (100-200) і переважно – відкритих (без варіантів відповіді).
9. **Фокус-група** є різновидом інтерв'ю, щирості учасників у якому досягають через групову дискусію (на основі продуманого сценарію – «гайду»), тобто зіткнення і взаємостимулювання думок, - що робить останні більш чесними (бо на людях прикидатися важче) і більш об'єктивними (гасяться найбезглуздіші думки, а перемагають ті, що віддзеркалюють загальну думку).
10. **Контент-аналіз** (від англ. content - зміст) – досить строгий метод якісно-кількісного аналізу змісту авторських документів за допомогою підрахунку відібраних до таблиці-**класифікатору** і розподілених по категоріям слів із вираженим емоційним змістом з метою виявлення та вимірювання суб'єктивних цінностей, відображених цими словами.
11. **Програма КСД** включає: 1) операціоналізовану *тему дослідження*; 2) *характеристику вихідних уявлень*; 3) *мету дослідження*; 4) *завдання дослідження*; 5) *об'єкт дослідження*; 6) *предмет аналізу*; 7) *вихідні теоретичні поняття дослідження*; 8) операціоналізуючі ці теоретичні поняття *емпіричні одиниці аналізу (індикатори)*; 9) *робочу гіпотезу щодо категоризації опитуваних*; 10) *розрахунок вибірки* (системи відбору тих, кого саме будуть опитувати).

¹⁸ Про соціологічний експеримент див.: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/sociologicheskiy-eksperiment.html>

¹⁹ Див.: http://ru.wikipedia.org/wiki/Список_классических_экспериментов_в_психологии; Хок Роджер Р. 40 исследований, которые потрясли психологию. - Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=165461>; Копец Л. Классичні експерименти в психології. - Режим доступа: http://pidruchniki.com/1584072019246/psihologiya/klasichni_eksperimenti_v_psihologiyi; Степанов С. Живая психология. Уроки знаменитых экспериментов. - Режим доступа: <http://www.klex.ru/fo4>

12. Категоризація опитуваних – це закладений в анкету їх розподіл на окремі групи за віком, статтю, освітою, соціальним станом (та іншими **соціально-демографічними ознаками**) або ставленням до якогось питання анкети (тобто за ознакою їх **системи цінностей**), виходячи з припущення, що саме між обраними категоріями будуть найбільші числові відмінності у їх схильностях до певних варіантів відповіді.

Тема 3. Системність та інтрепретація

1. Функціональні пояснення. Функція елемента системи.
2. Принцип системності та його практичні прояви. Функціональність соціальних відхилень та закономірність їх відтворення системою.
3. Етапи розвитку соціології. «Розуміюча соціологія» М.Вебера: безоціночність та віднесення до цінності.
4. Соціальні норми та цінності і способи їх виявлення.
5. Типи соціальної дії. Погляди та цінності.

Практичне завдання №3: на довільному прикладі одної і тої ж дії в одній, конкретно описаній ситуації поясніть, які мотиви спонукали людину до цієї дії, якщо це була її ціле-раціональна дія, ціннісно-раціональна і так – по кожному із **чотирьох типів соціальної дії** (за М.Вебером).

Ключові терміни теми №3: функціональне пояснення, функція, принцип системності, система, структура, етапи розвитку соціологічної науки, каузальна соціологія, функціональна соціологія, розуміюча (інтрепретативна) соціологія, метод кореляції, принципи «розуміючої соціології»: безоціночність та віднесення до цінності, соціальні цінності та норми, соціальна дія та її типи: ціле-раціональна дія, ціннісно-раціональна дія, афективна дія, традиційна дія, погляди.

1. На відміну від філософії, у соціології термін «причина» не використовують щодо масових і тривалих явищ, а шукають функціональні пояснення, які краще враховують системність, тобто – незнищуваність і самовідтворюваність подібних явищ. Варто уточнити, що система відтворює певні свої елементи, включно із тими, що нам не подобаються, не через «бажання нашкодити», а тому, що без них вона загине.

Тож **функціональне пояснення** описує, у чому полягає функціональність, тобто необхідність, «корисність» даного елемента для системи, яку функцію він у ній здійснює. 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 невідповідного соціального явища, ми намагаємось зрозуміти, яку користь його існування приносить усій системі (а не окремим її частинам, зокрема і керівним). І завжди виявляється, що будь-яке стабільно й 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 домовимося, 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 чийось 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 придивімось 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 пишаться, 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 лестощів). 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 добиватися 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 обійшлися 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 (що вийшли із таких же розумних викладачів) 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 не виправдано 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).

2. 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). Говорячи 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 поодинокі, 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 немає, - зате варто шукати *функцію*, котру 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 цим створює певні клопоти керівництву. Ця поведінка називається «соціальним відхиленням» (*девіацією*) і буває як одноосібною, 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 масовим*, чи, зрештою, (3)*системним*. В першому випадку шукаємо *чинники*, що уможливили та спонукали це порушення, у другому знаходимо *причину* (котру на рівні великої 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 1 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 вияснити 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 двієчників, 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. Двієчники, 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 або до відшукування замислів ворогів у різних «теоріях

змови». 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 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 якість системи²⁰. 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 (про це йтиметься у темі № 7), кожному із яких хтось має виконувати і виконувати максимально точно і якісно, бо інакше система шукає непрацюючим елементам ті чи інші замітники, 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»

²⁰ 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>

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.

3. Соціологічна наука пройшла **три основні етапи** у своєму розвитку: (1) етап *каузальної соціології*, започаткованої О.Контом, на якому науковці збирали, переважно, емпіричні дані і намагались знайти їм якісь причини або чинники; (2) етап *функціональної соціології*, на якому дії людини намагались пояснити через її функцію в тій чи іншій соціальній системі; (3) етап *інтерпретативної соціології*, на якому намагались «зрозуміти» внутрішні мотиви поведінки. Два перші етапи ми, фактично, розглянули. **Каузальна соціологія** дотримувалась принципу позитивізму, тобто намагалась уникати будь-яких наперед готових абстрактних міркувань і користуватись лише фактами, отриманими із опитувань або статистики, пояснюючи їх якимись соціальними впливами. Втім, виявилось, що і ці факти зовсім не є такою «упертою річчю», як прийнято думати (бо лише тим, як підібрати події і як їх назвати, можна поставити «факти» із ніг на голову), і тим більше висновки із них, що здаються очевидними, не обов'язково є точними і правильними.

Ось чому **Е.Дюркгейм** (1858-1917), що розробив методичні засади соціологічних досліджень і цим зробив соціологію справжньої наукою, водночас показав і обмеженість, ненадійність позитивістського підходу. Так, розглядаючи причини сезонних коливань у динаміці самогубств, він розкритикував тих, хто із факту збільшення таких подій улітку робив висновок, що саме спека штовхає людей на цей крок. Адже, наприклад, із того, що більшість людей у Європі вмирає у ліжку, не слідує, що саме ліжка їх і вбиває! Просто такі у європейців традиції, тоді як у Японії старі люди йшли вмирати у гори. Так само і спека не пов'язана напряму із «стрибком» числа самогубств, – просто у роботодавців того часу була «традиція» звільняти найманих робітників улітку, щоби не оплачувати їм відпустку, і для багатьох це ставало останньою краплею у їх, і без того злиденному, сповненому розчарувань житті²¹.

Тут, правда, можна і треба спитати: а як довести, що масове звільнення є причиною, тоді як масова задуха, спітніння і роздратування – ні? Дюркгейм відповів і на це: якби головною причиною була спека, збільшення самогубств коливалося би разом із температурою і спостерігалось в усіх шарах суспільства. Насправді ж ріст їх числа мав місце також і за прохолодної погоди, і – переважно серед найманих робітників, що стали безробітними. А це вже можна вважати математично доведеним фактом наявності причинного зв'язку (кореляції) між звільненнями та самогубствами. Крім того, звільнення – це лише один із чинників, не рахуючи, наприклад, низької «соціальної інтегрованості» (або «соціальної солідарності», за виразом Дюркгейма), тобто слабкої згуртованості та організованості соціальних систем, до яких належали самогубці.

Відкинувши пошук *причин (чинників)* досліджуваних подій і шукаючи натомість їх *зв'язок* із певними особливостями *системи*, в якій вони траплялись, Дюркгейм поклав початок *другому, функціональному етапу* розвитку соціології, сформулювавши основний для соціолога метод знаходження математичної кореляції між коливанням числа досліджуваних подій і пропорційними змінами показників в одній із соціальних груп. **Метод кореляції** у соціології передбачає, по-перше, пошук залежності між змінами показників досліджуваного явища (**індикаторами**) та прямо чи обернено пропорційних змін у статусі або поведінці соціальних груп, причетних до вказаного явища

²¹ Теорію самогубств за Е.Дюркгеймом див.: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Durkgeim/index.php; <http://социология.net/2011-05-03-16-54-20/79-istorija-sociologii/334-djurkgejm-samoubijstvo>

(ці зміни і виступають у ролі *чинників*), а по-друге, – виявлення (категоризацію) груп, типових і нетипових для даного явища, зокрема – для важливих нам процесів у ньому.

Статистична наука може зауважити помітні відхилення від середнього рівня показників, що, наприклад, можна застосувати для виявлення т.зв. «договірних матчів» на основі оцінки того, чи справді одна команда зіграла на своєму середньому рівні і програла, бо є слабшою, чи зазвичай вона грала краще, але тут чомусь зіграла «у піддавки». Втім, і такий пошук треба робити із чималою пересторогою щодо висновків, адже статистика не вміє враховувати «людський чинник»: емоційне виснаження після відповідальної зустрічі, особисті амбіції або конфлікти, зміни настрою по ходу гри тощо. Всі ці, що називається «нелінійні» закономірності навіть так звана непараметрична статистика спрогнозувати не може, на відміну від соціології, яка не просто рахує коливання даних, а знає, що треба рахувати, аби знайти найбільш вагомі чинники впливу на досліджувані процеси.

Наприклад, виявивши зв'язок між появою смогу і ростом захворювань на туберкульоз, медичні статистики саме смог і об'явили причиною проблеми. Тоді як насправді взаємозв'язок тут був не безпосереднім. Річ у тім, що чим більшим є забруднення повітря (а надто – таке стійке, як смог), тим менше бажаючих жити у цьому районі, а відтак – і менша квартплата; це приваблює сюди бідняків, які, що не дивно, страждають від недостатнього харчування, а вже воно і стає причиною туберкульозу. Якби причинний зв'язок тут виявляли соціологи, вони б не користувались загальною статистикою, а вираховували питому вагу захворювань серед різних *категорій* місцевого населення, зокрема – співставили б дані по біднякам і по багатіям, і відразу б побачили, що не смог провокує ріст захворювання, а рівень життя.

Статистична наука, так само, як і каузальна, позитивістська соціологія вміє робити прогноз на основі помічених нею повторюваностей, екстраполюючи ці тенденції на майбутнє, але і та, і інша не можуть їх пояснити. Так, щоби з'ясувати причини пропусків занять студентами, *каузальна соціологія* звернеться до статистики відвідуваності (журналів академічних груп) і легко виявить, що в понеділок чи суботу пропусків найбільше, тоді як у середині тижня – мінімум. *Функціональна соціологія*, у свою чергу, категоризує студентів на місцевих та приїжджих, і порівнявши зміни у відвідуваності перших і других математично докаже, що саме іногородні і складають більшість серед тих «прогульників», що подовжують собі вихідні і збираються на заняттях ближче до середини тижня. А після цього вона зробить прогноз, що так буде і далі, принаймні поки студенти регулярно і нагально потребуватимуть поїздок додому для привезення продуктів, зміни одягу тощо. Її представники могли б навіть піти далі і дати абстрактно-ідеалістичні рекомендації про необхідність налагодження побуту, харчування і доходів студентів, які все одно ніхто не зможе виконати і які не обов'язково дадуть результати, якщо їх виконати.

Очевидно, що це не буде справжнім науковим результатом, і навіть більше: для цього не варто було проводити дослідження (все це їм будь-який студент сказав би). Але саме таким чином і працювала класична (каузальна і функціональна) соціологія (а деякі науковці працюють і досі). В чому ж причина цієї банальності результатів? У надмірному позитивізмі (бо все – добре, якщо в міру): не можна точно і вірно зрозуміти поведінку людей, рахуючи лише її зовнішні прояви й абстрагуючись від її мотивів. Студенти прогулюють заняття не тому, що вони іногородні і їм важче долати проблеми, аніж місцевим. Це такі ж надумані, умоглядні висновки, як і зі спекою та самогубствами. Тут погано зроблена категоризація прогульників: хіба всі іногородні пропускають понеділок і суботу? А ті, що не пропускають, – хіба вже так добре забезпечені? Так само і місцеві студенти – хіба всі ретельно відвідують заняття? А ті, що не відвідують, роблять це через нестачу харчів?

Всі ці питання – риторичні. Адже якщо ми шукаємо, що підштовхує до пропусків, то повинні ділити прогульників не за місцем проживання (це явно не головний чинник недисциплінованості), а за якимись більш важливими, внутрішніми ознаками. Цих внутрішніх рис у класичній соціології уникали, вважаючи, що їх неможливо розрахувати і що для їх оцінки про них прийдемося запитувати у досліджуваних, – що суперечить відразу обом принципам даної науки. Однак завдяки класику нової, «розуміючої (інтерпретативної) соціології» Максу Веберу (1864-1920) вдалося вникнути у людські мотиви, не порушуючи цих принципів. Виявилось, що поведінка людей залежить не тільки від їх функції у соціальній системі, але і від традицій, які вони запозичують від цієї спільноти. Більше того, традиції, власне, і роблять соціальну систему стабільною й інтегрованою, оскільки визначають потрібні їй особливості кожного елемента і загальну структуру зв'язків між ними.

Необхідність знати внутрішні мотиви поведінки очевидна: людина не може бути лише безвільним гвинтиком у системі, та ще й різним у кожній спільноті, до якої вона входить. Жодна

деталь не буває «заточена» під декілька різних механізмів відразу, а людина успішно інтегрується в декілька груп, і при цьому нерідко діє, як їй заманеться. Як же це можливо? Виходить вона або не підкоряється системним вимогам (що неправда), або повністю міняється в кожній системі (що нагадує роздвоєння особистості). Насправді є третій варіант: людина інтегрується лише в ті системи, чії традиції їй близькі, і обирає собі в них найбільш придатну їй функцію (або залишає їх). А отже, у людини є незалежні від будь-якої системи, внутрішні мотиви поведінки, і в той же час ці мотиви не є її унікальним винаходом, адже сам факт об'єднання таких різних, нібито, людей стає можливим лише тому, що вони засвоюють (із спільних систем) схожі, близькі традиції. Так от, зовнішні традиції і внутрішні мотиви виявляються пов'язаними, як крапля і море: індивідуальні особливості кожної краплини не скасовують того, що в ній відображаються всі істотні риси її моря.

Ці внутрішні мотиви отримали назву *цінностей*, які, власне, і намагається зрозуміти *розуміюча соціологія*. Але як вивчати цінності, якщо питати про них суперечить принципу об'єктивності (і, до речі, цілком справедливому, адже люди своїх цінностей не усвідомлюють і не знають)? Виявилось, що хоча цінності і не можна спостерігати зовнішньо й безпосередньо, але повторюваність поведінки і, головне, її націленість на певні пріоритети зовсім нескладно зауважити. А відтак можна і вирахувати, ради яких пріоритетів (цінностей) людина старається більше і наскільки. Цінності, що спонукають і скеровують усю поведінку людини виявились не мінливими індивідуальними забаганками, а доволі стандартними, схожими в усіх (при деяких особистих відмінностях) і постійними життєвими пріоритетами, що формують основні риси кожної людини та групи, особливості їх дій, думок та настроїв.

А що ж дає соціологам знання цінностей? По-перше, дає можливість категоризувати досліджуваних не за випадковими, зовнішніми ознаками (що, як мінімум, довше робити, аби дійти до поділу, який буде відображати справді вагомі чинники), а за суттєвими особливостями людей, – за їх найважливішими рисами. А це, у свою чергу, дозволяє виявити головні чинники, що впливають на досліджуваний процес (для прикладу: не «іногородність» приводить до прогулів, а нелюбов до навчання, тобто низька цінність даного процесу порівняно із іншими спокусами), – знаючи які можна рекомендувати замовнику більш ефективні способи управлінської дії на нього. А по-друге, це дає можливість прогнозувати поведінку людей, – чії цінності нам відомі, – в тих ситуаціях, у яких ми їх іще не бачили (тобто – моделювати їх дії щодо будь-яких, потрібних нам обставин). Саме цим розуміюча (інтерпретативна) соціологія вигідно відрізняється від позитивістської або функціональної.

Отже, інтерпретативна соціологія ставить на меті «розшифрувати» зовнішню поведінку людини або групи, щоби зрозуміти, до чого вони прагнуть, яким цінностям надають перевагу, – а це передбачає в'яснення (принаймні - часткове) ієрархії цінностей досліджуваних. Це нелегка справа, і для того, щоби виконувати її точно, слід дотримуватись, як мінімум, двох **основних принципів** розуміючої (інтерпретативної) соціології, які розробив іще її засновник М.Вебер: (1)*принцип безоціночності* суджень, що вимагає не тільки не вірити суб'єктивним самопоясненням (адже люди їх роблять, щоби здаватись «правильними» в очах інших, – і це було задекларовано у *принципі об'єктивності*), але й не вірити загальноприйнятим оцінкам та поясненням дій досліджуваних, які, натомість, слід описувати в операціоналізованих термінах і вимірювати; (2)*принцип віднесення до цінності*, що вимагає вирахувати кореляційний зв'язок між цінностями й нормами даних людей (які ще треба у них виявити) та їхньою поведінкою у певній ситуації, а також прогнозувати їх поведінку на основі виявленої у них ієрархії норм та цінностей.

Може здаватись, що принцип безоціночності лише повторює вимогу принципу позитивізму: вимірювати поведінку, а не покладатись на її звичні пояснення, якими б самоочевидними вони не виглядали. І по суті це правда, принцип майже той самий, але тут ми не просто підраховуємо будь-які дії за суто зовнішнім їх поділом (наприклад, скільки разів студент вірно і невірно відповідав на занятті, скільки разів відмовлявся відповідати тощо), а від початку категоризуємо поведінку на варіанти, які відображають цінності, важливі для теми нашого дослідження (скажімо, поведінка, націлена на самоствердження, на матеріальну вигоду і т.п.). Більше того, в обох принципах розуміючої соціології можна помітити ще й перефразування принципу об'єктивності: не вірити будь-чій суб'єктивним поясненням (адже їх об'єктивність не підвищилася від того, що вони стали загальновизнаними). Так, аналогія є, але є і факт, що цієї вимоги мало хто дотримується у своїх оцінках та у виявленні цінностей, а тому її формулювання аж ніяк не є зайвим (адже на ділі важко уникнути стереотипів «лінивий студент» і «лінь» як мотив нестаранності, хоча це водночас і необ'єктивність, і математична недоведеність висновків).

4. Що ж таке соціальні норми та цінності, які ми будемо згадувати в кожній наступній темі як основний «скеровувач» поведінки будь-яких соціальних спільнот і окремих людей? Соціальні норми та цінності – два терміни, що описують один механізм людської поведінки, точніше – його приховані (навіть від самого себе) пружини, а тому вживаються завжди разом. Цінності описують реальні прагнення, а норми – поведінку, яку людина не може собі дозволити, і це дві сторони однієї медалі: наприклад, якщо вона цінує обізнаність, то боїться виявити невігластво. Докладніше про те, як вони формуються і яким чином використовуються, ми розглянемо в темі №4 «Виховання та соціалізація».

А зараз лише скажемо, що соціальні норми – це певні обмеження, в рамках яких людина живе, хоча їх і не помічає, тобто те, що вона сама не може собі дозволити (скажімо, ходити п'яною або погано одягненою). Головна ознака того, що вона порушила свої норми – це відчуття сорому (або незручності) за скоєне, і якраз небажання пережити це відчуття і змушує людину не порушувати власні норми. Саме цим вони і відрізняються від так званих «норм моралі», які людина знає, усвідомлює, що порушувати їх неправильно, але порушує досить легко, не відчуваючи, що її щось ізсередини удержує. Моральні норми – це на практиці недіюча, безсила система завчених правил, які так і залишаються на рівні свідомого знання, тоді як діями людини керують соціальні норми, що формуються несвідомо і так само автоматично реалізуються, утримуючи людину від певних бажань, цілей та форм поведінки. Тобто якщо вже щось здається їй стидким чи гидким, то вона не робить цього не через моральні заборони, а тому що їй це не подобається. Це і є соціальні норми, котрі (і тільки їх) вивчає інтерпретативна соціологія.

А соціальні цінності – це вектор прагнень людини у конкретній ситуації (скажімо, ходити у спортивному одязі або у костюмі). Вони так само несвідомі, як і соціальні норми, і відрізняються від будь-яких інших – духовних, політичних, а значить – суто теоретичних цінностей тим, що соціальні цінності описують те, чого людина справді хоче, відчуває більшу чи меншу схильність досягти, а відтак – і радість досягнення, тоді як всі інші «цінності» описують абстрактні, вигадані ідеї, що проголошуються, але не реалізуються, бо не відповідають справжнім, внутрішнім уподобанням (соціальним цінностям) людини, та й узагалі на практиці незрозуміло, які саме дії вони передбачають. Наприклад, що таке «повага до старших»? У яких діях має виявлятися «повага»? А наскільки років старшими мають бути ті «старші», щоби їх вже можна було поважати? Очевидно, що обидва терміни в цьому виразі – неперационалізовані, і їх неможливо використовувати не тільки у соціологічному дослідженні, але і для вирішення того, як поводитись у конкретній ситуації.

Ми називаємо норми та цінності соціальними, по-перше, щоби відрізнити їх від моральних, духовних, матеріальних та всіх інших, які ми не вивчаємо, а по-друге, щоби показати, що людина їх не вигадує сама, але і не отримує від когось конкретно (від самих лише батьків, наприклад). Соціальні норми та цінності – це традиції конкретної побутової, службової та публічної поведінки, що створюються усім суспільством і передаються із незначними варіаціями кожному члену цього суспільства, який, в результаті, хоче того, чого хочуть усі (принаймні – усі в межах даної спільноти), і боїться того, що і решта. Можна спитати, як удається зберігати подібні традиції впродовж століть, якщо навіть випадкове накопичення варіацій мало б міняти традиції досить швидко (згадайте гру в «зіпсований телефон»? Річ у тім, що традиції передаються несвідомо й автоматично, а тому – із буквальною точністю. А крім того, обмін ними і взаємне їх коректування відбувається між людьми безперервно (це називається соціалізацією, і мова про це піде вже в наступній темі), а тому якщо цінності і змінюються (а їх еволюція, звичайно, має місце), то відразу в усіх, - і не під впливом «мутацій», а через вимоги часу.

Підсумуємо: **соціальні норми** – це особисті та групові межі поведінки, які формуються несвідомо під впливом традицій групи, до якої людина належить (тобто – із якою себе ідентифікує і яка, в свою чергу, знаходиться під впливом ще більшої соціальної групи) і порушення яких викликає у людини відчуття сорому. А **соціальні цінності** – це постійні прагнення, особисті та групові звички до певної оцінки усіх об'єктів, які засвоюються так само несвідомо, як і норми, а в ході здійснення вибору складаються в ієрархію і потім автоматично реалізуються у кожній ситуації вибору. Норми та цінності – це «дві сторони однієї медалі», точніше два терміни, що описують один механізм людської поведінки, механізм здійснення вибору. Ми робимо вибір повсякчас, і здебільшого не помічаємо цього, бо робимо це автоматично. Здогадуєтесь, як? Якщо гадаєте, що ми робимо вибір завдяки звичці цінувати одне більше ніж інше, то ви праві, і ви подумали саме про ціннісний механізм здійснення вибору.

Розглянемо на прикладі, як саме по зовнішній поведінці можна виявити внутрішні норми та цінності. Почнемо з того, що треба зіставити ряд дій людини. Адже якщо вона, скажімо, один раз

заперечила комусь, то це ще нічого не значить, а от якщо вона сперечається часто, частіше, ніж інші в її оточенні, то це вже, безумовно, є характеристикою особи (а не групи). Про що ж це свідчить? Щоби відповісти, треба уточнити (операціоналізувати) вираз «часто сперечається». Якщо, придивившись, зауважимо, що сперечається вона не завжди, а лише тоді, коли їй здається, що її в чомусь звинувачують, і робить це засліплено, без найменших проявів логіки та здорового глузду, то можна «діагностувати» заляканість людини, вихованої репресивно (про це йтиметься далі, в темі №2 «Формування особистості»), найвища цінність якої – уникнути безпосередньої загрози, хоч би і удаваної.

А от якщо вона завзято сперечається з усіма і з кожного приводу, вигадуючи будь-які, в тому числі й фальшиві аргументи, аби перемогти (а значить не має з цього жодного зиску та й опонентам цим аж ніяк не допомагає), то це вже прояв домінування цінності самоствердження за рахунок інших (це можна ще назвати «мотивацією самоствердження», про яку мова піде в темі №3 «Формальні групи», але й в ієрархії цінностей такий пункт теж є). І нарешті, якщо у людини переважає цінність реалізації власних здібностей, то їй цікаво дискутувати із тими, хто задає складні для неї запитання і цим примушує зрозуміти й сформулювати щось нове для себе, тоді як входить в обговорення «нудних», добре відомих їй, неоригінальних питань вона запалу не відчуває, як би її не намовляли (залучали).

Як бачимо, для соціологічного інтерпретування поведінки необхідно, по-перше, оцінити, як саме діє людина в конкретних обставинах, тобто розглянути не абстрактну назву дії («сперечається»), а конкретну реакцію на вплив наявних обставин цієї дії (інакше кажучи – вхідні та вихідні параметри «чорної скриньки», згідно із принципом об'єктивності). По-друге, потрібно проаналізувати цілий ряд її дій, а крім того (по-третє), їх треба проаналізувати з точки зору виявлення тих цінностей, що цікавлять нас у цьому дослідженні. А щоби виявити цінності, що стоять за поведінкою людини або групи, треба заздалегідь знати, які вони бувають і в чому виявляються. Саме завданню розібратись, які бувають цінності і в чому вони виявляються, і будуть, фактично, присвячені всі наступні теми цього посібника.

Крім того, серед правил соціологічного інтерпретування є ще три, які мають забороняючий характер: не можна, по-четверте, приписувати досліджуваним ті пояснення їх поведінки, які нам, здаються правильними через те, що ми цих людей за якимись зовнішніми ознаками зараховуємо до відповідної категорії і вважаємо, що «всі вони однакові». Про те, що не варто всіх «двієчників» автоматично вважати «ледарями», я вже казав, а те, що високопосадовці не обов'язково корупціонери, а багатії – не завжди злодії, ви можете здогадатись і самі. Принаймні треба знати, що це – помилка *огульного обвинувачення*, і щоби не припускатись її, слід опиратись у висновках на ретельно проаналізовану поведінку, а не на упереджені «переконання».

По-п'яте, в дослідженні людей взагалі не варто застосовувати якісь абсолютні морально-емоційні оцінки: «добрий» чи «поганий», «розвинутий» чи «відсталий». Це несистемний, ненауковий і просто безграмотний підхід: речі в принципі не бувають ні поганими, ні хорошими, а стають такими лише в чіткому суб'єктивному сприйнятті. А щодо людей – і поготів: недобрими чи невдалими можна вважати окремі дії, а виносити загальний вердикт людині, та ще й на основі окремих її дій нелогічно і є так званою «*фундаментальною помилкою атрибуції*» (необґрунтованим приписуванням людині характерних рис на основі поодиноких, ситуативних дій). Втім, якщо досліджувана людина і справді погана з моральної точки зору, це не повинно перешкоджати її вивченню. Адже якими б люди не були, вони ніколи не перебувають поза системою, – тією чи іншою, – та поза її впливом, який, переважно їх і формує. І саме такими, якими вони є, вони і потрібні системі для виконання відповідних функцій. А засуджуючи їх, ми заважаємо собі зрозуміти поведінку системи і кожного її елемента та скерувати цю поведінку в потрібне нам русло. До того ж, як відомо, принциповий підхід соціології у тому, щоби вивчати конкретні дії, а не абстрактну «поведінку», виявляти окремі цінності, а не всю їх ієрархію (що взагалі неможливо), а значить – і не давати оцінки людині в цілому.

Нарешті, по-шосте, не треба узагальнювати досвід своїх почуттів і думок на інших, несвідомо очікуючи від них і вишукуючи в їх діях те саме. Ця *помилка проєкції мотивів* (схильність судити про інших по собі) заважає зрозуміти справжні цінності, що стоять за поведінкою інших людей, причому заважає і в науці, і в буденному житті, породжуючи взаємні непорозуміння й образи і приводячи до всіх, без винятку, міжособистісних та міжгрупових конфліктів. Давайте розглянемо, як це буває. Скажімо, студента, що погано розуміє матеріал, бо пропустив перші заняття, викладач автоматично, хоч і несвідомо зараховує до типових двієчників і прогульників (фундаментальна помилка атрибуції),

а тому очікує, що той буде списувати й обманювати (огульне обвинувачення). А коли той за короткий час доганяє інших студентів і добре відповідає на тести, викладач ще більше підозрює, що той «шпаргалить» і злиться, що не може це довести. Насправді ж студент – «відмінник» (заняття пропустив через участь в олімпіаді) і засвоює він матеріал дуже швидко, а викладачу це здається неможливим, бо сам він засвоює подібний матеріал набагато повільніше (помилка проєкції мотивів).

Подібні помилки можуть призвести до катастрофічних наслідків. Розповідають, що в Данії на початку вісімдесятих років минулого століття тільки-но виниклі байкерські «банди» почали неочікувано і зухвало порушувати спокій місцевих жителів (голосно їздити, агресивно поводитись і вдягатися, збиратися у великі групи та й узагалі – займатися чимось незрозумілим, а незрозуміле завжди лякає). Поліція відповіла на це притаманними їй засобами: арештами й покараннями без розбору і правих, і неправих, утисками й залякуванням учасників. Останні, відчуваючи взаємну підтримку, не забарилися у свою чергу всіляко шкодити та досаждати поліції. Мабуть, ескалація цього конфлікту дійшла би до серйозних сутичок, які б ще більше згуртували байкерів і налаштували їх на подальші порушення закону, – якби хтось не глянув на ситуацію з позицій інтерпретативної соціології, задавшись питанням: що саме цікавить байкерів, заради чого вони цим займаються?

І виявилось, що якщо їх не вважати «породженням пекла» (попри їх самоназву й атрибутику), то неважко помітити, що це не злочинці, яких цікавить нажива, а їх демонстративні протиправні дії є завжди реакцією на зайві обмеження з боку суспільної моралі та місцевої влади. Тобто найвищими цінностями для них є незалежність і швидка, майстерна їзда на мотоциклі. З'ясувавши це, поставили питання: чи можна байкерів, із такими їх цінностями якимось інтегрувати в помірковане суспільне життя без втрат для обох сторін? І вихід було знайдено, – адже, забігаючи вперед скажемо, інтегрувати в суспільство можна будь-яку групу, включно із злочинцями і психопатами, просто для цього треба проявити достатньо розуму, проникливості та вигадки, а це під силу небагатьом.

В результаті з байкерами домовились, що вони, разом із спеціалістами, будуть відбирати із свого середовища кращих, яким буде надано право гасати на високій швидкості, але не просто так: вони розвезитимуть експрес-пошту. Будь-які порушення дисципліни (скажімо, нетверезу їзду) вони мають контролювати й припиняти самі (аж до виключення із клубу, – що виявилось набагато дієвішою санкцією, аніж поліцейський штраф). Їм дозволили створити собі полігони для тренувань та місця зустрічей, а також створили правову базу для організації масових мотопробігів. А головне – їх перестали боятися і почали поважати (чому посприяла роз'яснювальна робота), а тому і вони вже не епатували обивателів поведінкою, позбулися злісних хуліганів та наділи глушники на вихлопні труби (адже їх відсутність не надто підвищувала швидкість байка).

Втім, невдовзі все пішло шкереберть, і це вже було наслідком нерозуміння системної природи суспільних явищ. На початку дев'яностих років влада вирішила виселити хіпі з окупованої ними Крістіанії, дуже своєрідного району в столиці Данії, де майже вільно продавались легкі наркотики. Це запустило дію системного закону, що виражають словами «святе місце пустим не буває»: замість хіпі на ринок прийшли організовані злочинні групи (із важкими наркотиками), серед яких у боротьбі за територію стали перемагати етнічні угруповання іммігрантів із Близького Сходу. А вже для протидії останнім місцеві злочинці почали активно заманювати й залучати до конфлікту наймасовіші організації байкерів, яких, крім грошей, захоплювали й нібито ідейні гасла подолання «мусульманської загрози». Тут уже войовничі цінності цих «крутих хлопців» уміло використали наркоділки, інтегрувавши їх у свій бізнес, результатом чого став перехід байкерів до кримінального способу реалізації своїх цінностей, які ставали все більш асоціальними та девіантними (ці терміни розглянуті далі, в темі №10), що і проявилось, зрештою, в кількарічній «Великій війні скандинавських байкерів», в якій загинуло і було поранено більше сотні людей.

Як бачимо, ці приклади підтверджують відомий наслідок із принципу системності: із системою не варто боротися, адже підкорити її силою неможливо, – примусу вона обов'язково опиратиметься, і це лише зробить її більш організованою та стійкою. Інакше кажучи, якщо знайомство із певною соціальною групою показує, що її члени достатньо згуртовані для того, аби підтримувати одне одного проти будь-кого, включно із владою, то перед нами – система, і тиск на неї «не окупиться». Зате її можна використати, принаймні, якщо знати її цінності. Більше того, хтось це обов'язково зробить, і питання лише в тому – хто (просоціальні чи асоціальні організації, як у цих двох випадках із байкерами), тобто – кому вистачить здібностей зрозуміти і керувати на взаємовигідну діяльність головні цінності такої системи. А для розуміння цього і потрібні методи інтерпретативної соціології.

5. Вибір у людини є завжди (хоч іноді люди переконують себе у зворотному), але він **не завжди відбувається на основі норм та цінностей**. Можливі чотири варіанти механізмів здійснення вибору і, значить, чотири варіанти поведінки, які описав той самий Макс Вебер під назвою «типів соціальної дії». Варто пояснити, що **соціальна дія** – це лише та поведінка, (а) в яку людина - свідомо чи ні - вкладає певний сенс і значення (тобто робить їх не механічно і не випадково), і (б) яку здійснює, *ідентифікуючи* себе з іншими та в розрахунок на їх визнання такої поведінки.

Слова «вкладає певний сенс і значення» описують той факт, що більшість своїх дій нормальна людина робить не як їй заманеться (це було би станом відсутності традицій), але і не у сліпому повторенні догматичних ритуалів (що було би станом закріпленості й деградації традицій). Традиції (соціальні норми та цінності) дають людині на вибір декілька варіантів поведінки (соціальних ролей), які вона може обирати у відповідності до своїх амбіцій чи здібностей. А тому коли вона діє так, як належить за традицією у цій ролі, то вона робить це в розрахунок (не обов'язково – продуманому й обґрунтованому) на певне визнання у даній спільноті. Інакше кажучи, якщо людина причепурюється або, навпаки, демонструє презирство до прийнятих у групі вимог до зовнішнього вигляду, то це робиться не просто так: людина претендує на потрібний їй «рейтинг» в очах інших, у тому числі і рейтинг, а точніше – роль такого собі «анархіста», який теж потрібний групі і чия роль обов'язково «розігрується» між претендентами.

Звичайно, все це відбувається стихійно, тобто – не свідомо і не організовано, але водночас і неминучо, в руслі системної закономірності розподілу функцій (ролей). Людина завжди виконує якусь роль, а це означає, що вона – знов-таки підсвідомо – розуміє наявність відповідної традиції поведінки і готова вести себе так, як прийнято у тій ролі, на котру вона погодилась. Вдома вона виконує роль сина, причому неважливо – слухняного чи норовливого, адже обидва варіанти передбачені традицією, і тому, наприклад, українська «важка дитина» конфліктуватиме у сім'ї зовсім інакше, аніж китайська чи німецька. І ця ж людина на вулиці виконує роль перехожого (з варіаціями – звичайного і мирного чи хуліганистого), а серед друзів – роль «душі компанії» або «шута» тощо. Вона обирає групу, із якою себе ідентифікує, і роль в ній, яка їй ближче (і в цьому виявляються її особисті цінності й норми), а потім виконує обрану роль так, як це від неї очікують, і отримує за це відповідне визнання даної групи.

Це і є соціальна дія, тобто дія в рамках групових традицій і заради схвалення та підтримки групи. Більшість людських дій є саме такими, не є ними лише випадкові та стереотипні дії: перші робляться інстинктивно (скажімо, людина відсахнулася, доткнувшись до гарячого чайника), а це не те саме, що автоматично, але на основі ціннісних звичок, тоді як другі просто неіндивідуальні (наприклад, всі обходять калюжу зліва, бо ідуть один за одним, а хтось перший зробив саме так), бо роблячи стереотипно якісь банальні речі ми нічого не доказуємо й не очікуємо від інших, - просто це найлегший спосіб чинення. Для чого нам потрібно так точно визначати, що є соціальною дією, а що не є? Тому що саме по соціальним діям ми і виявляємо цінності конкретної особи, а випадкові та стереотипні дії про неї особисто нічого не говорять.

Проте є чотири **типи соціальної дії** (за М.Вебером) і їх треба розрізнити, щоби правильно зрозуміти, що рухає людиною. **Ціле-раціональна дія** описує поведінку, свідомо прораховану щодо цілей, засобів та можливих наслідків. Звичайно, цей розрахунок не завжди буває правильним, але він завжди переслідує якусь важливу для людини вигоду. Цей тип має найменшу питому вагу в загальному обсязі поведінки більшості людей. **Ціннісно-раціональна дія** описує поведінку, що мотивується власними смаками та переконаннями (несвідомими нормами та цінностями, свідомими принципами, політичними чи релігійними віруваннями тощо). Саме така дія і цікавить інтерпретаційну соціологію, бо лише в ній ненавмисно, але надійно проявляється справжня особистість. **Афективна дія** описує імпульсивні вчинки, вмотивовані надмірними, засліплюючими емоціями, які тим самим є абсолютно нераціональними і які, тим не менш, відбуваються набагато частіше, ніж нам здається. Нарешті, **традиційна дія** описує поведінку, яка повністю відповідає стійким стандартам пристойності й правильності, прийнятим у даній спільноті (котрі не обов'язково є високо моральними), а тому виконується не замислюючись; це найбільш поширений тип поведінки в усіх стабільних, не кризових суспільствах.

Розрізняючи ці типи і, навіть, вираховуючи їх питому вагу в поведінці конкретної особи, ми можемо багато сказати і про її емоційний стан та силу характеру (це, правда, виходить за межі соціології), і про її людські якості та їх врівноваженість, про її підвладність зовнішнім впливам або, навпаки, принциповість. А головне, ми можемо виокремити її ціннісні дії, знаючи які зрозуміємо та змоделюємо її поведінку в будь-якій заданій ситуації.

Нерідко люди, які знайомляться із поясненням предмету соціології, поданим вище, питають: чому ми говоримо, що соціологія не вивчає «думки», якщо вона якраз і проводить *опитування «громадської думки»*? Тут варто розділити, які саме «думки» маються на увазі. Принцип об'єктивності забороняє цікавитись не будь-якими думками, а лише самопоясненнями власних вчинків, тобто – *думками про причини своєї поведінки*. Що ж до принципу позитивізму, то він, як ми казали, і вправду заперечує можливість наукового вивчення міркувань та почуттів, але, зауважте, тому, що це абстрактні терміни, які не виявляються у чомусь, що можна спостерігати і виміряти. Адже, наприклад, «міркування» - це багатоскладовий ряд окремих думок, які за певною логікою перетікають одна в одну, а «почуття» - це, знов-таки, тривала і багатоскладова сукупність окремих емоцій, які, можливо, і належать до одного типу (скажімо, почуття «задоволення»), але можуть виявлятися у різних варіаціях позитивних і навіть дещо негативних емоцій, а головне – виявляються у багатьох «поруках душі», а не в якійсь одній емоції, котру так чи інакше можна було би зафіксувати, а отже і виміряти.

А що таке окрема емоція? Це миттєва позитивна або негативна реакція (яка може бути різної сили) на певну подію у зовнішньому чи внутрішньому світі людини. Інакше кажучи, нам щось подобається або не подобається. А хто визначає, подобається нам щось чи ні? Неграмотним у соціології та психології людям здається, що поскільки радістю, смутком чи роздратуванням ми реагуємо на події, то значить події і провокують наші емоції, вони є причиною, а не ми самі. Це наївність. Емоції і справді виникають у нас автоматично, себто – несвідомо, але не як пряме відображення події, адже подія сама по собі не буває ні позитивною, ні негативною. Такою, тобто «доброю» чи «поганою» вона стає лише в нашому суб'єктивному сприйнятті, запрограмованому особистими цінностями, - тобто ієрархічною системою порівняльних преференцій, яка дозволяє не задумуючись і, значить, миттєво обирати, що нам подобається, а що ні, і - наскільки. А отже емоція – це миттєва оцінка. Можна її зафіксувати? Можна, за допомогою того ж «детектора брехні» або магнітного сканування мозку. Більше того, приладами можна навіть виміряти емоційну силу такої оцінки, а значить соціологія може вивчати окремі, конкретні емоції!

Те саме і щодо міркувань. Цей тривалий і мінливий процес роздумів, вагань, заходів у глухий кут і осяянь не піддається прорахунку, та і необхідності нема його фіксувати (з огляду на практичні цілі соціології). Однак «впіймати» й оцінити науково конкретну думку цілком можливо. Адже що таке окрема думка? Це мінімальна, одинична дія мислення, що полягає у прийнятті рішення про те, як у конкретній ситуації щось оцінювати чи як діяти, виходячи із цієї оцінки. Інакше кажучи, це дія вибору. А що спонукає людину робити вибір у більшості випадків? Що дозволяє швидко і «безболісно» обрати один із декількох варіантів? Звичайно та ж сама, неусвідомлювана, але стійка ієрархія особистих цінностей, що в кожній ситуації виявляється в окремій емоції, яка дає миттєву оцінку наявних варіантів вибору і схиляє до найкомфортнішого для нас вибору.

Нам, як правило, здається, що думаємо і робимо вибір ми свідомо, але дослідження показують, що це не так²². Для того, щоби думати свідомо, треба деяким зусиллям волі змусити себе відмовитись від першого, емоційного (а отже – ціннісного) враження і рішення, та повільно, раціонально обміркувати свою оцінку варіантів, ціль та найвигідніший варіант дії (яка буде, в такому разі, ціле-раціональною). Очевидно, що так люди роблять рідко, а тому їх нібито продумана поведінка переважно є результатом ціннісного вибору, а те, що вони вважають власною думкою – це лише свідоме пояснення несвідомого рішення (а загалом це – ціннісно-раціональна дія). Ось чому на запитання, чи можна прогнозувати думки і, зокрема, рішення людини, соціологія відповідає: можна, достатньо лише врахувати, яким рішенням вона надає перевагу і про які її цінності це свідчить.

Таким чином, соціологія здатна вимірювати і прогнозувати як емоції, так і думки, але тільки тоді, коли вона операціоналізує ці поняття, звівши їх до одиничних, ситуативних дій оцінки та вибору. Що ж стосується «громадської думки», то по-перше, слово «думка» означає тут не «мисль», а «ставлення» до чогось, тобто знов-таки емоційну оцінку. І по-друге, це ставлення у більшості людей, у всіх країнах є результатом не мислення і навіть не самостійного оцінювання, а тиску загальної думки їх оточення і спільних традицій того, що вважати «хорошим», а що – «поганим». Та й запитується в дослідженнях «громадської думки» не про їх роздуми, а про викликані у них емоції:

²² Див.: Козловский Б. Кто делает за нас покупки? – Режим доступу: <http://ethology.ru/library/?id=379>; Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. - Режим доступу: <http://www.rulit.me/books/vzлом-marketinga-nauka-o-tom-pochemu-my-pokupaem-read-363976-1.html>

«Чи подобається вам це, і – наскільки?» Більше того, цікавлять соціолога насправді не самі емоції, а те, що їх викликало, тобто цінності, поширені у цьому колі.

А ще треба зазначити, що такі-от загальні думки (те, що російською мовою називається «мнения»), хоч і не обмірковуються, як правило, їх носіями, але існують і передаються у свідомій, логічно обґрунтованій формі, і тому ще називаються «**поглядами**», тобто словесно-раціональним формулюванням свого емоційного ставлення до якихось соціальних явищ або подій (скажімо, погляди на арешт Тимошенко чи на Болонську реформу), що легко змінюється і майже не впливає на поведінку людини. Їх треба чітко відрізнити від неусвідомлюваних, автоматично застосовуваних цінностей людини або групи. «Погляди» мінливі, бо не спираються на такі стійкі утворення як цінності і не відображають характерних рис особистості, а тому легко нав'язуються і швидко забуваються. Погляди виникають не внаслідок самостійного збору та аналізу інформації, а шляхом вибору одного з декількох готових варіантів оцінки та її обґрунтування, розповсюджуваних засобами масової інформації та пропаганди.

Судить самі, якщо людина щось насправді знає і розуміє як спеціаліст, то вона не називає це поглядами і не вживає виразів «я гадаю», «я вважаю» чи, навіть, «я переконаний». Більше того, вона уникатиме припущень, адже справжній фахівець, який, наприклад, когось лікує чи щось ремонтує, не може говорити: «Мені здається, що так буде правильно», – оскільки він має розібратись, а не гадати на кавовій гущі. А безвідповідальні здогадки – це прояв дилетантизму та бажання похизуватись неіснуючими знаннями. Ось чому погляди, які формуються і передаються між людьми у свідомій і словесній формі, не треба плутати із цінностями й нормами, що формуються й передаються невербально та несвідомо.

Це якраз те, чим *ціннісна дія* відрізняється від *традиційної*: перша є наслідком справді особистого вибору, а друга здійснюється «за компанію», «як усі» та «щоб ніхто нічого не подумав» (втім, «усі» не треба розуміти буквально, адже це аналог «більшості», і – не в усьому суспільстві, а лише в своєму колі). Повертаючись до пропусків занять студентами, можна з позицій інтерпретативної соціології сказати, що той, хто намагається переконати останніх навчатися регулярно, несвідомо дотримується думки, що прогульники роблять це раціонально і треба лише роз'яснити їм їх справжні цілі. Насправді ж студенти чинять так або за традицією (і тоді треба «розігнати» спільноту, що склалася навколо цих традицій, і згуртувати людей навколо нових, більш позитивних до навчання), або за власними цінностями (і тоді треба знайти такі мотиви і форми навчальної роботи студентів, які б базувались на їх вищих цінностях і могли б конкурувати зі справами, ради яких вони прогулювали заняття).

Визначення ключових термінів теми №3:

1. **Функціональне пояснення** описує, у чому полягає функціональність, тобто необхідність, «корисність» даного елемента для системи, яку функцію він у ній здійснює.
2. **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.
3. **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.
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 якість елементів, а її **структура**, тобто спосіб їх взаємозв'язку і досягнення в ній балансу сил.
5. **Етапи розвитку соціологічної науки**: (1) етап *каузальної соціології*, на якому науковці збирали емпіричні дані і намагались знайти їм якісь причини або чинники; (2) етап *функціональної соціології*, на якому дії людини намагались пояснити через її функцію в тій чи іншій соціальній системі; (3) етап *інтерпретативної соціології*, на якому намагались «зрозуміти» внутрішні мотиви поведінки.
6. **Метод кореляції** у соціології передбачає пошук залежності між змінами показників досліджуваного явища (**індикаторами**) та прямо чи обернено пропорційних змін у статусі або поведінці соціальних груп, причетних до вказаного явища (ці зміни і виступають у ролі **чинників**), а також – виявлення (категоризацію) груп, що є типовими та нетиповими для досліджуваних процесів у даному явищі.

7. **Принципи «розуміючої соціології»:** а) *безоціночність* – поведінку людей не потрібно оцінювати (з точки зору моралі або поширених уявлень), а треба описувати в операціоналізованих термінах і вимірювати; б) *віднесення до цінності* - виявляти ієрархію норм та цінностей, що стоїть за конкретними діями людини або групи, та прогнозувати їх поведінку на цій основі.
8. **Соціальні цінності** – це постійні прагнення, індивідуальні та групові звички до певної оцінки усіх об'єктів, які засвоюються шляхом копіювання поведінки інших людей, у ході здійснення вибору складаються в ієрархію, а потім автоматично реалізуються в кожній ситуації вибору.
9. **Соціальні норми** – це особисті та групові межі поведінки, які встановлюються несвідомо, під впливом інших і порушення яких викликає у людини відчуття сорому.
10. **Соціальна дія** – це лише та поведінка, (а) в яку людина - свідомо чи ні - вкладає певний сенс і значення (тобто робить їх не механічно і не випадково), і (б) яку здійснює, *ідентифікуючи* себе з іншими та в розрахунку на їх визнання.
11. **Ціле-раціональна дія** – один із чотирьох типів соціальної дії (за М.Вебером), який описує свідомо прораховану (принаймні, більшою мірою) щодо цілей, засобів та можливих наслідків поведінку. Він має найменшу питому вагу в загальному обсязі поведінки більшості людей.
12. **Ціннісно-раціональна дія** - тип соціальної дії, який описує поведінку, що мотивується власними переконаннями (несвідомими нормами та цінностями, свідомими принципами, політичними чи релігійними віруваннями тощо).
13. **Афективна дія** - тип соціальної дії, який описує імпульсивні, емоційно вмотивовані вчинки, які тим самим є абсолютно нераціональними.
14. **Традиційна дія** - тип соціальної дії, що описує поведінку, яка повністю відповідає стійким загальноприйнятим стандартам пристойності й правильності і виконується не замислюючись. найбільш поширений тип поведінки в усіх стабільних, не кризових суспільствах.
15. **Погляди** – це словесно-раціональне формулювання свого емоційного ставлення до якихось соціальних явищ або подій, що легко змінюється і майже не впливає на поведінку людини.

Тема 4. Виховання та соціалізація

1. Ліберальне, авторитарне та репресивне виховання.
2. Виховання і управління. Надмірна опіка і виховна дресура.
3. Фази та чинники соціалізації
4. Ідентифікація та її види.
5. Десоціалізація та ресоціалізація.

Практичне завдання №4: пояснити, якими словами, емоціями та діями реагують вихователі на завдання дитиною шкоди при ліберальному, авторитарному та репресивному вихованні.

Ключові терміни теми №4: *виховання, системи виховання: ліберальна, авторитарна, репресивна, негативні і позитивні стимули, надмірна опіка та виховна дресура, соціалізація, дві її фази: адаптації та інтерналізації, ідентифікація та її види: тотальна, групова, самоідентифікація, десоціалізація та ресоціалізація.*

1. Найменша соціальна система – це особистість, тобто «доросла» людина, що здатна до самостійного життя, прийняття незалежних ні від кого рішень, які, до того ж, виявляються вдалими для досягнення її цілей і відповідними її силам. 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, знайшовши якісь вимірювані ознаки цього стану «дорослості». Для чого це потрібно? Тому, що якою б не була людина за характером, не досягши або, навпаки, досягши рівня особистості, вона веде себе абсолютно по-різному (хоча самій людині це може так і не здаватися). 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 піддається 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 лущиння 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 самозвеличування за рахунок приниження інших), то його слова можуть зворушити вихованця і відкlastися у підсвідомості останнього в якості норм та цінностей. Але, як бачимо, потрібно дуже багато умов, щоби свідомі настанови реально вплинули на підсвідомість. У більшості ж випадків вони лише спонукають вихованця усвідомлювати, що він чинить невірно і відчувати провину 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 вимоги, покарання й нав'язування до мінімуму і тим дає найбільше простору для творчого 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, крім відсутності примусу у вільний час і в особистих справах) та *права* (свободу дій, яку вона отримує саме внаслідок виконання обов'язків), а також *санкції* за порушення приписів, які застосовуються неухильно й систематично. Ця, американська за походженням система здається (особливо – нам) надто жорсткою та нелюдною, 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 уникнеш; 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 далекоглядною, раціональною та вольовою.

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 вихователь 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 вседозволеністю дій вихователя, і бажання підлеститись, догодити і не сперечатись із старшим, навіть якщо той не правий.

Люди, що звикли вкладати у термін «виховання» позитивний, високоморальний сенс, можливо захочуть сперечатись із даним вище визначенням, наголошуючи на тому, що виховання – це не обов'язково примус і що людина виховується відразу в усіх своїх якостях, тобто – цілісно. Єдине, з чим не будуть сперечатися, це те, що виховання є процесом свідомим, в якому використовується вербальна передача інформації (адже вихователю так приємно вважати, що всі хороші риси дитини – це результат його напоумлювань). Ну що ж, якщо це процес свідомий, а головне – результативний (як дитині сказав, так вона і робить), то незрозуміло, чому в багатьох інших випадках дитина робить геть не так, як її виховували? Схоже, слова діють не завжди, і, значить, в процес їх дії уклинюється іще якийсь чинник, несвідомий і невербальний. І цей чинник уже не є вихованням, адже ніхто не вчить дитину: «Прогулюй уроки, не слухай батьків і роби їм наперекір!» І хоча батькам нерідко здається, що саме так і вчать у «тих жахливих вуличних компаніях», але очевидно, що це з їх боку самообман, і він покликаний пояснити собі невдачі виховання. Ми, як науковці, не можемо себе обманювати і маємо знайти якесь інше пояснення цим невдачам.

Про цей додатковий вплив, який відбувається без слів і не є вихованням, ітиметься далі (це – *соціалізація*), а зараз повернемося до розглядуваного, свідомого впливу – із розумінням, що він зовсім не такий ефективний, як це здавалось, поки ми над цим не задумувалися. Чому, наприклад, говорять, що виховувати треба до семи років, а потім – перевиховувати? Тому що в самому ранньому дитинстві словесні напучування батьків і справді запам'ятовуються, принаймні якщо останні не зловживають повчаннями, роблячи їх із будь-якого, дріб'язкового приводу (адже надмір батьківських «заповідей» обезцінює їх значення, дійсно важливі з них перемішуються із неважливими, та й просто забуваються).

Але замислимося, чому в тому ж віці, до семи років, дитину неможливо навчити, скажімо, найпростішій арифметиці? Так, вона може називати числа натурального ряду в порядку збільшення, і навіть указувати при цьому на якісь речі, але кожне число для неї це «назва» відповідної речі, а тому сказати, скільки речей усього, вона нездатна, і, значить, рахувати, у точному сенсі цього слова, – не вміє. Не вміє, бо абстрактного мислення у дитини ще немає, а значить зрозуміти, а тим більше – засвоїти абстрактно сформульовані повчання на зразок «бути охайним» чи «бути чесним» у неї поки немає можливості. У дитини старше семи років такі здібності уже є, але разом із здатністю до абстрактного мислення у неї з'являється і вміння суперечити, сперечатись та робити наперекір. Робимо логічний висновок: ні до, ні після формування у дитини абстрактного мислення вербальні виховні повчання не справляють вирішального впливу на її поведінку.

2. При вихованні досягають успіху хіба що дуже конкретні, інструктивно точні вимоги, і то – якщо їх не надто багато, а вихователі підтримують свій авторитет в очах дитини реальними позитивними якостями (уважністю, терпеливістю, розумінням, готовністю й умінням допомогти, справедливістю тощо), а не самим лише примусом і докорами («Не сперечайся! Ти маєш мене

слухати, бо я твоя мати!»). Однак і при такому, ідеальному вихованні дитина нерідко помиляється або і свідомо робить не так, як їй кажуть (і це – нормальний для неї спосіб випробування навколишнього світу), а ще в її формування втручається згадуваний уже невербальний вплив, який, у багатьох випадках, прямо суперечить напрямку виховання. І що ж роблять вихователі, коли слова не діють? Говорять далі? Ні, примушують виконувати свої накази.

Цей примус може здійснюватися як негативними стимулами (покараннями), так і позитивними, але він не перестає від цього бути примусом. Отже, виховання – це примус, який є ефективним, якщо дає точні інструкції щодо майбутньої поведінки дитини в обговорюваній ситуації, і який стимулює дотримання цих інструкцій негативними санкціями (які в нашій країні переважають) або позитивними. Що і доказує правильність даного нами визначення процесу виховання. Слід відрізнити цей процес від управління (яке буде розглядатися в темі №7 «Формальні групи»), при тому що відрізняються вони, насправді, не дуже сильно. Правильне **виховання** – це стимульоване (іноді - м'якими і непомітними, але завжди продуманими засобами) скеровування окремих аспектів поведінки людини (наприклад, дисциплінованості, старанності у певних речах) у потрібне вихователю русло, яке **відрізняється від управління** лише тим, що прагне досягти стабільних змін у поведінці, а тому використовує ті ж самі методи більш наполегливо і систематично. І практика показує, що за умови продумування засобів впливу (а не діянні без плану, як заманеться) і при наполегливому, неухильно систематичному стимулюванні потрібної риси поведінки, виховання неодмінно добивається успіху.

Проте, як і в управлінні, у вихованні є ризик перестаратися, пригнітивши **надмірним контролем і опікою** будь-яку ініціативу підлеглих. І тоді *виховання* (як і управління) просто *перестає існувати*, адже приймаючи рішення за інших, контролюючи кожен їх крок і, фактично, роблячи за них усе, старший уже не керує їх виконавськими діями та особистим формуванням, а підміняє їх собою, не даючи їм проявити й випробувати себе та навчитися на власних помилках (а інакше навчитись і не можливо). Ось чому виховання (на відміну від управління) повинно уникати надміру частих, для кожного кроку готових інструкцій: кожне завдання, вирішене (із «благих» намірів) за вихованця, забирає у нього шанс дійти до цього своїм розумом. Та й узагалі, виховання – настільки складний і непередбачуваний у своїх результатах процес, що у більшості людей, які за нього беруться, це на добре не виходить. Саме з огляду на його найчастіші практичні результати, виховання можна вважати скоріше негативним впливом, що деформує і збіднює розвиток особистості.

А як же щодо позитивного впливу виховання? Адже чимало людей стають хорошими, вихованими (або принаймні вважають себе такими), і стають – завдяки батькам чи ще якимось близьким людям (наприклад, тренерам), що справили на них очевидний і вагомий вплив? Це – правда, і таких випадків дійсно багато. Але замислимося, чи словами і повчаннями вони добились успіху, чи прикладом власної поведінки, - вольової у дотриманні своїх принципів і чесною як до себе, так і до інших? На жаль для ідеї виховання, але цей успіх (коли дитина ставала такою ж, як вихователь чи тренер) був досягнутий не завдяки повчанням про те, яким треба бути (недарма ж такі повчання називаються в народі «читанням моралі»). Адже, на щастя для вихованця, тут мав місце особистий приклад того, яким треба бути і, головне, що і як треба робити, щоби таким бути. А це вже не виховання, це – соціалізація, оскільки ми домовилися, що виховання (згадайте визначення) – це свідомий і словесно виражений формуючий вплив на іншу людину.

А що ж до словесного впливу, то він виявляється не просто мало ефективним. Адже усе, що не приносить користі, завдає шкоди. Є такий закон природи. Жодна річ не впливає на нас нейтрально та безневинно: вона або радує нас, або дошкуляє. Звичайно, і від нас багато в чому залежить, як ми цю річ сприймаємо і який це буде вплив, - але то вже психологія. А з точки зору соціології (яка не вивчає чинники суб'єктивного сприйняття), слова, що проголошуються під час виховання, стають зовнішнім чинником, який так чи інакше впливає на особистість. І якщо проголошуються «пусті» слова, не підкріплені постійним власним прикладом тієї поведінки, яку вихователь вимагає від інших, то ці слова не просто не діють позитивно або не діють ніяк, вони діють, але – негативно: зменшують авторитет вихователя, дратують і, зрештою, підштовхують до вчинення йому на зло, тобто призводять до поведінки, прямо протилежної, ніж хотілося вихователю.

Мабуть, останньому не слід було виховувати інших, поки не виховав себе самого таким ідеальним і правильним, адже вимагати від когось легше, аніж від себе. Легше, але водночас – менш чесно, більше того – марно: якби він сам був таким, то і говорити, а тим більше – повторювати ці вимоги не прийшлося б, а якщо він сам не відповідає своїм вимогам, то всі його слова будуть на

дурно і на шкоду. І все ж таки, ради справедливості треба додати, що виховання може бути корисним, якщо не очікувати від цього процесу надто глобальних змін, а ставити конкретні, досяжні цілі: наприклад, не «зробити дитину охайною», а «привчити мити після себе посуд». Найімовірніше ця дитина, якщо вже її виховують, не надто переймається чистотою, і це, найшвидше, така вдача, такий генетично-психологічний тип особи. І якщо намагатися змінити цей тип докорінно, то можна просто зламати людину, адже радикально іншою вона бути не може. А от навчитися певним навичкам вона може, і навіть обов'язково навчиться, питання лише в тому: від батьків чи потім сама, під тиском необхідності.

Якщо ж формувати конкретні, «прикладні» якості (скажімо, мити посуд після їжі), як це і передбачається визначенням виховання, то запорукою успіху стає просто наполегливість і систематичність вимог, перевірки їх виконання і стимулювання відповідно до результату. Це, загалом, нагадує **дресуру** тварин (наприклад, хатніх песиків чи котів), і хоча таке порівняння звучить не дуже схвально для людської самооцінки, але воно ближче до істини, аніж те, що люди про себе думають. І, як і в дресурі, якщо ви намагаєтесь зробити песика охоронцем, то менше його пестите, а якщо робите його привітним і ласкавим, то частіше виявляєте ніжність. Якраз в цьому полягає відмінність *авторитарного виховання* (яке аж ніяк не є жорстоким і безпощадним, воно – чесне) і *ліберального* (яке, в свою чергу, не є неможливим, просто для нього треба вміти помічати навіть дрібні досягнення інших і щиро хвалити їх за це). А от чого не треба робити, показує *виховання репресивне* (яке, на жаль, зустрічається в Україні аж надто часто), безглузде і, насправді, безжалісне.

3. 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 вихователь 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 уяснити, що людина ідентифікує себе з тими, кого вважає «своїми», до кого не байдужа і чию поведінку (несвідомо, звичайно) вважає правильною і більш чи 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 чиему 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.

Починається соціалізація із бажання бути *прийнятим* і *визнаним* у неформальній (товариській або сімейній) групі, тобто відчуті, що тебе *сприймають на рівних* (вважають «своїм» і готові допомогти, як і іншим), а крім того, ще й *цінують за якісь твої особливі якості*. Ці бажання виражають природню для всіх людей *мотивацію самоствердження* (про яку мова ще йтиме); і саме силою цих бажань визначається готовність і здатність стати таким, як інші (соціалізуватись). На **першій фазі** соціалізації це суто зовнішня, механічна імітація чужої поведінки, одягу, жестів, інтонацій тощо; це називається *фазою адаптації*, і тут повторення поведінки групи, *прийняття* до якої людина прагне, відбувається найбільш повно і найбільш некритично, можна навіть сказати – сліпо. Людина захоплюється групою, і тому, щоби їй сподобатися, може, наприклад, побити когось, здійснити злочин, хоча внутрішньо вона до цього не схильна.

На **другій фазі** соціалізації, що зветься *фазою інтерналізації* групових норм та цінностей, людина веде себе інакше: вона вже досягла рівного із іншими статусу в групі (адже люди, як це не банально, «приймають по одежці», точніше – по зовнішності, і якщо ти зовні не відрізняєшся, ти уже для них «свій»), а тому прагне *визнання своєї особливості*, визнання себе не за подібність до усіх, а за характер і здібності. Тому і сама людина підходить до групи більш вимогливо і критично: вона або переймає цінності групи, або залишає її за власної ініціативи. А якщо таки засвоює, інтерналізує цінності групи, то все одно робить це по-своєму, адже на цій фазі вона отримує в групі так звану *соціальну (групову) роль* – стає лідером або аутсайдером, «душею компанії» або «клоуном» тощо, – а значить виконує спільні норми і виявляє спільні цінності не сліпо, – так, як і усі, але трохи індивідуально. Після цього людина стає елементом даної групи як системи, тобто, перебуваючи в групі, вона реалізує в поведінці не егоїстичні нахили та бажання, а свою функцію (соціальну роль) у цій системі.

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.

4. 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 ізольованості 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 вирішення, вибір певного кола осіб, яких людина вважає «своїми», тобто близькими собі по духу і зовні, 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 вмє розділяти на «своїх» і «чужих», «добрих» і «поганих»; (2) *сформована особистість* ідентифікує себе *із однією групою* (наприклад, із однодумцями 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).

Є два моменти, які важливо розуміти про соціалізацію і які мало кому вдається засвоїти відразу, без пояснень. Перше – це те, що цінності формуються виключно соціалізацією. Вони не виховуються ні повчаннями, ні власними роздумами. Адже цінності – несвідомі схильності, а повчання – це свідомі інформації, і тому скоріше цінності підштовхнуть людину до повчань, аніж повчання створять у неї цінності. А от якщо людина власними роздумами приходить до якихось ціннісних висновків, а головне – втілює їх у життя і поводить відповідно до цих висновків (наприклад, заборонив собі і не бере чужого), причому робить так постійно і послідовно, то це вже називається не «цінності», а «принципи» (про них мова далі), які і формуються, і реалізуються свідомо, і навіть коли вони стають звичкою, людина розуміє, чому вона так чинить, - на відміну від цінностей, які вона не помічає у своїх діях і не розуміє, звідки вони взялися і чому є саме такими, але неухильно робить те, до чого вони її підштовхують, принаймні поки її не примусять до іншого.

А друге – те, що соціалізуючись, людина засвоює цінності від свого оточення, точніше – від тих, із ким себе ідентифікує. Інакше кажучи, людина не народжується із цінностями і не створює їх іще якимось самостійно і довільно. Вона отримує їх у готовому вигляді, такими, якими вони існують у її середовищі, і хоча у неї є певний вибір між тими варіантами ціннісних систем, які існують навколо неї, але їх відмінність насправді не дуже велика, адже всі вони базуються на спільній системі цінностей усього суспільства (на тому, що називається «культурою» і буде розглядатися в останній, сьомій темі цього посібника). Людина народжується без цінностей, а значить – без критеріїв оцінки того, що смачно, а що – ні, що добре, а що погано, красиво або потворно. Середовище може її «запрограмувати» на будь-які уподобання в кожній сфері, із якою вона стикається, і відбувається це саме передачею цінностей у ході соціалізації. Ось чому вона може полюбити або зненавидіти будь-що, і вважати це абсолютно нормальним і природним, не задумуючись, чому вона так оцінює.

Наприклад, жінки племені Падонг (на півночі Бірми й Таїланду) розтягують собі шию металевими кільцями до 40 сантиметрів (після чого вони без цих кілець жити не здатні), а жінки племені Мурсі в Ефіопії та племені Сара в республіці Чад розтягують нижню губу диском розміром із блюдце та роблять шрами на тілі, і вважають все це красивим, мрією кожної дівчини. А в племені Добу (Папуа-Нова Гвінея) ганебно радіти й прагнути задоволення інакше, як від війни та загарбання чужого майна, зате чеснотами є неприборкувана мстивість, корисливий обман і параноїдальна підозріливість, - адже довіритись комусь означає бути використаним і пограбованим, причому навіть – власною дружиною або родичем. Антропологія та етнографія накопичили багато ще й інших цікавих фактів, які беззаперечно свідчать, що у людини немає вродженого почуття смаку або совісті, а всі такі от, ціннісні критерії вона набуває впродовж життя. І набуває, звичайно, не шляхом читання книжок або вислуховання інструкцій, - мовляв, «обманюй всіх» або, повертаючись до наших двієчників, «прогулюй заняття», а тим не менш, набуває їх стійко і непереборно.

Розглянемо на прикладі, як це відбувається. Якщо, скажімо, мати-одиначка скаржитися, що доросла вже донька не допомагає їй у митті посуду, - хоча вона їй постійно нагадує, - то це свідчить не тільки про неефективність словесного виховання, але й про те, що мати вже встигла соціалізувати у доньки відразу до цієї роботи (адже в нашому прикладі у сім'ї більше нема кому сформулювати це почуття). І річ не в тім, що мати не мила посуд, - це було би просто неможливо, - але робила це із нехиттю і роздратуванням, яке, до речі, і виміщала на доньці. А тому, навіть коли та була ще малою і нездатною до засвоєння абстрактних повчань, вона швидко навчилась не підходити до матері, коли та має посуд, аби не отримати прочухана. А це вже означає, що в підсвідомість доньки було закладене відчуття, що миття посуду – якась погана, неприємна справа, а крім того, була «запрограмована» звичка дратуватись, що їй приходить це робити та докоряти всім, що вони їй не допомагають.

Мабуть, уже зрозуміло, що і в її матері звичка дратуватись і докоряти сформувалась так само, без слів, без роздумів, через несвідоме засвоєння негативного ставлення її вихователів до цього процесу. А тепер питаємо себе, чи справді миття посуду – це такий жахливий процес, що він від природи не може нікому подобатися? Звичайно, ні. Більше того, немає взагалі такої справи, яку неможливо любити (так само, як і ненавидіти). Речі самі по собі не бувають ні поганими, ні хорошими, - вони стають такими лише у нашому сприйнятті. А от «наше сприйняття» – це і є, говорячи соціологічними термінами, норми та цінності. От і виходить: якщо нам щось подобається або, навпаки, не подобається, то це лише тому, що ми засвоїли це у ході соціалізації, і хоч ми

називаємо це своїми смаками, схильностями, захопленнями або своєю совістю та переконаннями і вважаємо, що нікому цим не завдячуємо, але це наші цінності та норми, і вони у нас такі, яке у нас оточення.

Іноді кажуть, що, принаймні, смаки у їжі ми ні в кого не переймаємо, адже виникають вони, коли ми щось попробували і воно нам сподобалось (чи викликало відразу). Це не так. Задумайтесь, чи могло бути збігом, що один мільярд китайців полюбляє смажених комах, мільйони мексиканців – скажений перець чилі, а мільйони українців – сало? Звичайно, це не збіг. Китаєць ще немовлятом бачить, як люди навколо нього весело хрумтять смаженими комахами, і він (хоч йому ще не дають) звикає, що це смачно, а коли йому, нарешті, дають їх спробувати, він одразу отримує насолоду, яку б європейці, найшвидше, не змогли б відчутти. А, скажімо, жінки, що не здатні відчувати материнську любов і насолоду від догляду за дітьми (і стають героями кримінальних хронік), вони «навчилися» цьому від своїх матерів, які були до них байдужими. Так само, як агресивні, нестримані чоловіки засвоїли це від батьків, що лущували їх через поганий настрій, без будь-якого приводу.

А втім, цінності – це не інстинкти, які спрацьовують механічно й однозначно. Цінності – це система відносних, ранжируваних уподобань, в яких третя позиція краща за четверту, але гірша за другу. Іншими словами, цінності виявляються у порівнянні, тобто у ситуації вибору, а значить, можуть приводити до різних дій в залежності від того, що із чим порівнюється. Постійним залишається лише співвідношення суб'єктивної приємності та важливості цих варіантів вибору (цінностей) та швидкість прийняття рішень про те, чому надати перевагу. Цінності змінюються (оскільки соціалізація триває усе життя), але дуже повільно і разом із такими ж змінами у всіх тих, із ким людина себе ідентифікує. В дитинстві вона ідентифікує себе із усіма, кого знає, - адже у неї ще немає системи цінностей, а відтак – і критеріїв відбору й розподілу людей на «своїх» та «чужих». Інакше кажучи, все, що бачить, вона вважає правильним, таким, як і має бути, а тому – переймає. І тяга до копіювання не залежить від кількості часу, проведеного із людьми: вона може повторювати і мимохідь побачене, якщо це хоч чимось вирізнилось і запам'яталося їй.

Ось чому не варто реагувати надто гостро на будь-які дії чи слова дитини: навіть якщо вони батькам не подобаються, це ще не ознака того, що їх дитя «зіпсувалось» і що треба «вживати заходів». Тим більше, що «заходами» найчастіше стають «виховні процедури»: докори, лайки, надокучливі повчання або ще більш суворі покарання. Достатньо було просто показати малому, що він зробив дещо огидливе (може, просто сказати: «Фу!»), адже йому якраз важливо відчутти, як це оцінюють (не на словах, а в почуттях) найближчі його люди, - так само, як він придивляється до їх реакції, скажімо, при падінні: якщо посміхнуться, то все гаразд, можна не зважати, а якщо стурбуються, то почне плакати. А надмірна, «виховна» реакція на його ігрове копіювання побаченого може лише зосередити його увагу на цьому епізоді, підвищити цікавість до таких дій (адже батьки своєю реакцією показали, що він зробив щось видатне, незвичайне). І в майбутньому, коли йому не вистачатиме батьківського інтересу до себе, він зможе знов це утнути, щоби відразу опинитись у центрі уваги (нехай і негативної, - адже йому важливі не слова, а їх небайдужість, заради якої діти можуть прикидатися або й справді хворіти, робити погані речі тощо; втім, це вже психологія).

Ставши особистістю, людина ототожнює себе із однією групою, яку вона обрала собі як найближчу їй по духу, і це означає, що вона вже має систему цінностей, а значить вміє робити самостійний вибір. І якщо в цей момент вона робить вибір на користь якоїсь «поганої компанії», то батькам не слід лише проклинати «вулицю», варто замислитись, чому їх дитина надала перевагу не їм? І при достатній самокритичності вони помітять, що як група, із якою дитина могла би себе ідентифікувати, вони були не згуртовані і непослідовні, а отже і не давали чіткого і ясного соціалізаційного прикладу. А якщо, на додачу, не були до неї достатньо уважні й терпимі, а заміняли невитрачений на неї час періодичними моралізаторськими повчаннями, то чого ж дивуватись, що вона знайшла все їй потрібне у вуличній компанії (де, «в комплекті», їй передали і справді погані звички). Втім, які б погані люди їй не оточували і до якої б поганої компанії не підштовхувало життя, людина завжди має вибір, оскільки може створювати власні принципи й ідентифікувати себе з ними (про це мова йтиме у наступній темі).

Нарешті, треба пояснити і те, що підчас соціалізації людина копіює, звичайно, якісь окремі, конкретні вчинки тих, з ким себе ідентифікує, але в результаті наслідує відразу всю їх манеру мовлення, мислення і дії, адже ця манера виявляється в будь-яких, навіть найменших їх рухах та інтонаціях. А чим же породжується ця цілісна, індивідуальна манера, яку мимовільно копіюють у ході соціалізації? Звичайно, системою цінностей, яка у дорослої людини носить цілком однонаправлений характер: якщо вже вона владна і агресивна, то в усьому, а якщо лагідна і

поступлива – теж. І навіть тоді, коли спокійна людина розсердиться і гарячкуватиме, вона все одно буде робити це не так, як агресивна, а – у своїй, особливій манері. Ось чому соціалізація – це засвоєння всієї системи цінностей інших людей, а не якоїсь лише окремої риси.

5. Десоціалізація – це втрата або свідомо відмова від засвоєних цінностей, норм, соціальних ролей та звичного способу життя. Вона може бути короткою і тому інтенсивною та кризовою, а може бути тривалою і повільною, яка переживається легше. Поведінка людини в натовпі – яскравий приклад короткочасної десоціалізації: захоплені спільним афектом люди звільняються від влади засвоєних соціальних норм, особистість нівелюється і втрачають значення індивідуальні та статусні відмінності, що діють у звичайних умовах. Втім, із юрби можна вийти і позбутися цих наслідків, а от у ситуації раптового й насильницького утримання людини і негуманного поводження з нею (при захопленні заручників, у в'язниці, - як це показав *стенфордський експеримент С.Мілгрема*) особистість може пережити тяжку кризу і навіть «зламатися», тобто позбутися великої частини своїх норм та цінностей, що неодмінно призведе до патологічного «повернення в дитинство», зокрема до інфантильності, нездатності приймати рішення та психологічної залежності в цьому від інших²³ (це ще називається *авторитарним типом особистості*, про яку мова в наступній темі).

Як бачимо, у разі вимушеної десоціалізації її причиною стає переважно різка й несприятлива зміна соціальних умов: втрата роботи, особиста драма і т.д. Таким же чином діє і перебування в зоні бойових дій, адже навіть якщо людина потрапила туди добровільно, вона змушена була пережити різні жорстокості й емоційні удари, до яких нормальна людина ніколи не може бути повністю готовою. Ось чому солдати, що повертаються із АТО, нерідко страждають на посттравматичний стресовий розлад (ПТСР), який виявляється у панічних або агресивних атаках, різких емоційних і фізіологічних змінах тощо. Нездатність особистості витримати тиск неприйнятних соціальних обставин штовхає її до ілюзорного відходу від реальності (алкоголізм, наркоманія, бродяжництво). Жебраки, алкоголіки, бомжі – все це продукт десоціалізації. Проявом десоціалізації служить і *маргіналізація* населення, про яку мова далі (в темі №9). А іноді десоціалізацію людей здійснюють навмисно, - в тюрмах або в армії (в найгірших варіантах того і другого), коли замінюють ім'я номером чи зневажливим прізвиськом, ізолюють від іншого світу, принижують, залякують і знеособлюють людину, щоби зробити її покірливою і готовою на будь-які аморальні дії.

Першими ознаками стану десоціалізації є *відчуження* від інших, в т.ч. близьких людей, а відтак і *відчуття безсилля* щось змінити, *ескапізм* (втеча від реальності) і хвороблива *мрійливість*, *апатія* та *байдужість*, *неготовність співчувати* та *спілкуватись*, надмірна *сором'язливість* і *неприв'язаність* ні до чого навколо (*брак ідентифікації*), - що поглиблює *нездатність пристосуватись до якоїсь спільноти і прийняти її правила*²⁴.

Втім, якщо десоціалізація виступає як результат добровільної відмови від старих цінностей (відхід у монастир, перехід до революційної діяльності, просто різкі й свідомі зміни способу життя), то цей процес не веде до моральної деградації особистості, а навпаки – може навіть духовно збагатити її, адже в цьому випадку де соціалізація доповнюється **ресоціалізацією**, тобто засвоєння нових цінностей, ролей, навичок замість колишніх, недостатньо засвоєних або застарілих. Теоретично однією з головних цілей кримінального покарання є ресоціалізація злочинців, тобто виправлення шляхом позбавлення їх від асоціальних та протиправних навичок і цінностей та набуття нових, легальних і ефективних навичок, цінностей і норм проживання у соціумі.

Визначення ключових термінів теми №4:

- 1. 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.
- 2. Ліберальне** – виховання, що обмежує вимоги, покарання й нав'язування до мінімуму і тим дає найбільше простору для творчого самовияву; формує почуття власної гідності і готовність до ініціативи та самостійних рішень без страху помилитися.
- 3. Авторитарне** – виховання, що обмежує дитину чіткою системою заздалегідь обговорених правил, у яких переважно описані її *обов'язки* (що не передбачають жодних заохочень, крім відсутності примусу у вільний час і в особистих справах) та *права* (свободу дій, яку вона отримує саме внаслідок виконання обов'язків), а також *санкції* за порушення приписів, які застосовуються

²³ Злам особистості при вимушеній десоціалізації описав німецький психолог, що жив у фашистському концтаборі. Див.: Беттельгейм Б. Просвещенное сердце. – Режим доступу: <https://www.e-reading.club/book.php?book=104315>

²⁴ <http://www.sunhome.ru/psychology/15238>; <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-psiologii-marginalnoy-lichnosti>;

неухильно й систематично; формує почуття власної гідності, далекоглядність, раціональність та вольову наполегливість.

4. **Репресивне** – виховання, що взагалі не формулює чітких обмежень для дитини, оскільки вихователі свавільно не дотримуються жодних обмежень, навіть коли встановлюють якісь правила і стимули; формує в дитині страх перед самодурством вихователя, бажання підлеститись, догодити і не сперечатись зі старшим, навіть якщо той не правий.

5. **Управління** – це примус, який є ефективним, якщо дає точні інструкції щодо майбутньої поведінки підлеглого в заданій ситуації, і який стимулює дотримання цих інструкцій негативними або позитивними стимулами (покараннями або заохоченнями). Виховання відрізняється від управління лише тим, що прагне досягти стабільних змін у поведінці, а тому використовує ті ж самі методи більш наполегливо і систематично.

6. **Надмірний контроль і опіка** призводять до того, що *виховання* (як і управління) просто *перестає існувати*, адже приймаючи рішення за інших і перевіряючи кожен їх крок, вихователь, фактично, не керує їх діями та формуванням, а підміняє їх собою, не даючи їм проявити ініціативу та випробувати себе, навчившись на власних помилках.

7. По своїй суті виховання є аналогом **дресури** тварин, ефект якої не у словесних напоумлюваннях, а в продуманому стимулюванні (як каральними, так і заохочувальними засобами) окремих звичок і рис характеру людини – для того, щоби вона відповідала вимогам вихователя і соціального середовища.

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

9. На **першій фазі** соціалізації це суто зовнішня, механічна імітація чужої поведінки, одягу, жестів, інтонацій тощо; це називається *фазою адаптації*, і тут повторення поведінки групи, *прийняття* до якої людина прагне, відбувається найбільш повно і найбільш некритично, можна навіть сказати – сліпо.

10. На **другій фазі** соціалізації, що зветься *фазою інтерналізації* групових норм та цінностей, людина веде себе інакше: вона вже досягла рівного із іншими статусу в групі (адже люди, як це не банально, «приймають по одежці», точніше – по зовнішності, і якщо ти зовні не відрізняєшся, ти уже для них «свій»), а тому прагне *визнання своєї особливості*, визнання себе не за подібність до усіх, а за характер і здібності.

11. **Ідентифікація** – це вирішення, вибір певного кола осіб, яких людина вважає «своїми», тобто близькими собі по духу і зовні, і на яких вона рівняється й уподібнюється, тобто орієнтує свою поведінку на їх норми та цінності (приймає їх «правила гри»).

12. 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).

13. **Десоціалізація** – це втрата або свідомо відмова від засвоєних цінностей, норм, соціальних ролей та звичного способу життя. При різкій і несприятливій зміні соціальних або індивідуальних умов життя відбувається вимушена десоціалізація, що може призвести до зламу особистості.

14. **Ресоціалізація** – це засвоєння нових цінностей, ролей і навичок замість колишніх, недостатньо засвоєних або застарілих, яка відбувається іноді за власним рішенням, через моральне невдоволення своїм життям (і починається із добровільної десоціалізації попередніх цінностей і вироблення нових принципів), а частіше – під корегуючим впливом суспільства (зокрема при покаранні).

Тема 5. Соціологія особистості

1. Особистість як ієрархія цінностей.
2. Фрагментована особистість. Первинна та вторинна соціалізація.
3. Дія, вчинок та референтні особи.
4. Авторитарна особистість
5. Цілісна (самоактуалізована) особистість.

Практичне завдання №5: *групою із двох студентів* оберіть три головні ознаки **авторитарної особистості** (за Т.Адорно) та наведіть приклад і пояснення мотивів прояву цих ознак у поведінці у одної людини та приклад і пояснення мотивів прояву трьох головних ознак **самоактуалізованої особистості** (за А.Маслоу) у іншої.

Ключові терміни теми №5: особистість як система (єдина ієрархія) норм і цінностей, первинна та вторинна соціалізація, первинні й вторинні норми та цінності, фрагментована особистість, дії та вчинки, референтні особи, авторитарна та самоактуалізована (цілісна) особистість, особисті принципи.

Підсумуємо те, що ми вияснили у попередній темі: особистість формується переважно шляхом несвідомого копіювання манери поведінки близьких їй людей (а не завдяки повчанням), а переймаючи її 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 пояснити причини цих змін у поведінці. Отже: **особистість** – це людина, яка діє послідовно й системно, оскільки декілька її дитячих ієрархій цінностей склалися в одну, несуперечливу ієрархію.

Ми вже з'ясували, що дитина ідентифікує себе з 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, і робить вона так тому, що 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 преференцій: 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 красотами 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 невірно, 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 поводитись 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 природнім 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, наполігши 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 відчуті гірки наслідки наполягання тоді, коли була неправа, 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 природніх 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 підчас 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.

2. 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 підчас формування особистості. Ієрархія *первинних* (дивись далі) норм і цінностей фрагментованої особистості є істотно неповною, інакше кажучи, їй бракує суттєвих (недругорядних) критеріїв вибору щодо *важливих* для неї життєвих обставин. Так, невміння вибирати побутову техніку є прикрим, але навряд чи важливим недоліком, – на відміну від незнання, як правильно реагувати на образи керівника.

«Фрагментована» означає нецілісна особистість, і в цьому терміні немає жодної ноти звинувачення чи приниження. Більше того, «фрагментовану особистість» навіть не виділяють в окремий тип, оскільки більшість людей є саме такими. В якій поведінці можна побачити фрагментованість, тобто неповну складеність індивідуальної ієрархії цінностей? Наприклад, в такій, коли людина надовго задумується, що їй вибрати, схиляється поперемінно то до одного, то до іншого (або й ще декількох) варіантів, питає поради у першого ліпшого, мучиться, але зупинитись остаточно не може. Причому важливо і характерно те, що завжди, опиняючись у такій же ситуації дана людина повторює ці вагання знову і знову, тобто вона не має у цьому питанні готових цінностей і водночас не робить свідомих висновків із подібного досвіду, – не створюючи принципу, який би замінив їй не соціалізовані у неї критерії вибору.

Якщо так відбувається не часто, то в цьому немає великої біди та підстав для тривоги, тим більше, що подібні «неясності» у системі вибору трапляються зазвичай у тих питаннях, які сама людина вважає другорядними, а тому й не дає собі труда розібратися в тому, до чого тут треба схилитися. Насправді, звичайно, краще для кожної, нібито, «дрібної» проблеми виробити собі однозначне правило-принцип і не наступати на ті ж граблі у подальшому. Проте вироблення принципу вимагає певних моральних зусиль (як ми переконаємось у наступному пункті плану), а тому більшість людей намагається цього уникнути. До речі, саме ця схильність уникати прийняття рішень у проблемних ситуаціях (про яку писав Е.Фромм у роботі із промовистою назвою «Втеча від свободи») і робить більшість людей не повністю самостійними і непридатними до лідерства, а тому – залежними від лідерів, аж до готовності принижатися перед ними. А відмінність цих людей у тому, що справжні лідери (так звані «самоактуалізовані», цілісні особистості) не вважають другорядним жодне питання, із яким вони часто стикаються і мають досить енергії, щоби з ним розібратись, а тому діють завжди рішуче і впевнено.

Повстає питання, чи можна дорослій, але фрагментованій особистості «доформувати» свою ієрархію цінностей у тих питаннях, в яких вона не склалася своєчасно (тим більше, що соціалізація відбувається усе життя)? На жаль, ні: всі типові, а значить принципові для себе питання людина має вирішити під час *первинної соціалізації*, тобто до того, як особистість склалася. Річ у тім, що кожні здібності (задатки) мають свій, найбільш вдалий для їх реалізації віковий період, і для формування норм і цінностей це якраз дитячий та підлітковий вік. Тим паче, що після становлення ціннісної системи, «вбудувати» до неї якісь нові «підвалини» стає майже неможливим, – і це характерно для будь-якої системи (саме тому, скажімо, легше збудувати новий будинок, аніж реконструювати готовий).

Первинна соціалізація – це ранній етап формування особистості (в колі сім'ї та друзів), коли нею запозичується кілька ієрархій цінностей, а потім складається єдина їх система, в якій визначаються найбільш принципові (так звані моральні і світоглядні) питання її практичного життя. Вирішуючи їх (і, знов-таки, не теоретично, а на ділі, фактичною поведінкою) і зважаючи до саме такого їх вирішення, людина виробляє базові критерії вибору (*первинні норми і цінності*). Наприклад, вона вирішує, як буде досягати успіху: власними силами чи за допомоги інших, хитрістю і спритністю чи плануванням і дисципліною; обирає, як буде ставитись до себе, до близьких і до чужих людей (варіанти цього розглядатимуться у темі №3: *егоїзм, альтруїзм та колективізм*), як реагуватиме на труднощі й небезпеки: обережно і навіть боязливо чи рішуче й авантюрно; поступово схиляється до того, що найбільш у житті цінує (гроші, владу чи майстерність, – що ми розглянемо у питанні «*види стратифікації*» теми №8) і як готова виконувати обов'язки: старанно і з ентузіазмом чи з нехиттю та униканням.

Повторю, що це вирішується не свідомими роздумами (навіть, якщо людина розмірковує над цими питаннями), а тим, як людина вчиняє у конкретній ситуації, в кожній із яких у неї обов'язково є можливість зробити щось чесно і самостійно або зхитрити і перекласти це на чужі плечі. І от саме вибором того, що і як вона зробить або як відкладатиме і чекатиме наказів, – цим вона фактично і вирішить усі перелічені принципові питання, а якщо подібний вибір повториться декілька разів, то стане звичкою, яка і називається первинними нормами і цінностями. Інакше кажучи, людина стає такою, які дії вона вчиняє, а кожна дія – це результат вибору одного варіанту із декількох можливих. Роблячи вибір (нехай і під впливом чийогось прикладу), а тим більше – повторюючи його, людина «програмує» себе на те, щоби схилитись до такого ж варіанту і в подальшому, тобто формує свою ієрархію цінностей.

Вторинна соціалізація – це етап подальшого розвитку особистості (в більш широкому соціальному середовищі, - не лише в сім'ї чи серед друзів), коли нею регулярно застосовується і цим уточнюється й доповнюється складена ієрархія цінностей, в результаті чого деталізуються форми уживання первинних норм і цінностей щодо конкретних обставин, типових саме для її життя. Наприклад, принципи поведіння у конфліктних ситуаціях (уникання чи підбурення, раціонального вирішення чи імпульсивного) людина визначає для себе ще до повноліття, а от після входження у самостійне життя вона починає пристосовувати ці принципи до різних життєвих обставин: ролевих і міжособистісних стосунків, формальних і неформальних вимог оточення. У конфлікті із керівником їй, скажімо, доводиться стримуватись, хоча вона цього не любить і в інших випадках не робить, – тобто цінності її в усіх цих ситуаціях ті самі, хоча виявляти їх приходиться по-різному.

Таким чином і створюються *вторинні норми і цінності, перший тип* яких виявляється в адаптації первинних норм і цінностей до конкретних типових обставин і створенні відповідних

поведінкових звичок для кожної з них; *другий тип* має місце при створенні поведінкових звичок, невідповідних первинним нормам і цінностям (коли людина звекає «кривити душею» і робити щось всупереч собі, аби догодити оточенню); а *третій тип* реалізується у визначенні для себе пріоритетів у малозначущих питаннях, які не стосуються первинних норм і цінностей, але також стають звичними критеріями вибору, а отже вторинними, несвітоглядними нормами і цінностями.

Наприклад, людина, набувши певного життєвого досвіду, може виробити звичку купувати продукти в оптовому магазині і один раз на цілий тиждень. Це буде прояв її схильності планувати і готувати все заздалегідь (такі у неї *цінності*) і боятись та зневажати ненадійність у всьому (її *норми*). Тут вторинні цінності є прямим продовженням первинних, і відрізняються від них лише масштабом регульованих ними проблем (а отже це *перший тип* вторинних норм і цінностей). А от якщо людина, схильна цінувати гроші і час, призвичаюється купувати в одному магазині, а не в іншому, хоч нічого на цьому не виграє, то її або змушує оточення (і тоді це *другий тип*), або це прояв другорядних побутових навичок (*третій тип*), які теж стають причинами поведінки, але в силу своєї дрібномасштабності ніяк не узгоджуються із первинними нормами і цінностями (людина навіть дозволяє собі купувати тут трохи дорожче, ніж в іншому місці, – поки різниця в ціні не є відчутною для базових норм і цінностей).

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. Допомогає збільшенню фрагментованості і примус або солідарний вплив 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. 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 і роблять дії людини непослідовними, невпевненими і такими, яких вона сама потім соромиться.

3. 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, щоби 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 їй 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 взірець у вигляді *референтних осіб*. **Референтні особи** – це люди, чий приклад здійснення вчинків (можливо й далекий) допомагає людині зважитись піти наперекір власним страхам у ситуації тиску оточення проти її первинних цінностей, - що вимагає від неї подібного вчинку. У дитинстві вчинків не здійснюють, а коли у підлітковому віці починають на це зважуватись, то референтними особами стають якісь загальновідомі «бунтівники», радикальні нонконформісти, що кидають виклик усім устоям (їх поведінка називається *девіантною*, і ми її ще вчитимемо в темі №10), – 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, чий первинні норми і цінності їм особисто відомі і

близькі і які в подібній ситуації наважуються на вчинок задля захисту цих норм і цінностей (а не ради тотального підліткового бунту).

У чому ж принципова відмінність первинної та вторинної соціалізації (крім того, що перша відбувається до остаточного формування особистості із її системою цінностей, а друга – після, і саме тому – в напрямку деталізації та конкретизації цієї системи)? У ході первинної соціалізації ми хоч і знаходимося під впливом різних груп, із якими себе ідентифікуємо, але це лише розширює число варіантів, із яких ми можемо вибирати (ось чому не варто батькам обмежувати цей вибір, відгороджуючи своє чадо нових компаній). І ми на цьому етапі фактично вільні обирати все, що завгодно (хоча обираємо, як правило те, до чого у нас є природні схильності та задатки). На етапі ж вторинної соціалізації ми вже принципові питання не вирішуємо (і це зменшує нашу свободу), - ми лише обираємо, в якій формі нам проявити свою, наприклад, ощадливість у конкретній ситуації. А варіантів прояву, знов-таки, буває чимало: так, перед друзями ми, імовірно, поступимося економністю заради хорошого враження від себе, а наодинці будемо більш щирі.

Але навіть тоді, коли ми будемо намагатись вразити друзів своєю щедрістю, ми все одно викажемо свою схильність до економії тим, що будемо надто поспішно погоджуватись віддати гроші на загальну справу, не дослухавши, на яку саме і навіщо. Якраз інтерпретація таких поведінкових ознак (коли вони повторюються) і дозволяє соціологу визначити, що у людини вже склалася система первинних цінностей та зрозуміти, які саме то цінності. Крім того, підчас вторинної соціалізації особистість може і навіть повинна періодично здійснювати вчинки, тобто долати внутрішні слабкості або зовнішній тиск у ситуаціях, коли ці перші або другі підштовхують її робити щось всупереч своїм первинним цінностям та нормам. Така ситуація суб'єктивно відчувається як небажання робити щось стидке і принизливе для себе, до чого змушують власні страхи та тиск оточення, або, навпаки, як потребу не терпіти пасивно, а рішуче протидіяти якійсь морально дискомфортній ситуації, чому, однак, заважають ті ж внутрішні та зовнішні чинники.

Отже, вчинок дозволяє особистості зберегти свою ієрархію цінностей від фрагментації (тобто втрати нею цілісності, системності) під соціалізаційним впливом середовища, чії традиції (групові норми і цінності) суперечать первинним цінностям особистості, а *соціальний контроль* нав'язує ці традиції силоміць. Більше того, вчинки дозволяють зменшити *фрагментованість* своєї *особистості*, оскільки їх здійсненням людина узгоджує свої первинні і вторинні цінності, зменшуючи випадкові чи нав'язані суспільством розходження між ними.

4. 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, перекинувши 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 тягаря 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 склалася 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, «тваринного» 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 схиляння перед владою і силою; 6) аморальна переконаність, що ціль

виправдовує засоби; 7) покiрнiсть у подружнiх вiдносинах; 8) боязке дотримання будь-яких суспiльних умовностей i ритуалiв; 9) схильнiсть до мiстики. Спростуючи, можна сказати, що таким людям притаманна «агресивна покiрнiсть»: щира (хоча й самопринизлива) догiдливiсть перед бiльш сильним i владним та мстиве приниження бiльш слабких i пiдлеглих²⁵.

5. Бути авторитарною особистiстю виявляється набагато легше, нiж фрагментованою: жодних вагань щодо правильностi своiх дiй, жодних картань за помилки, жодного ризику втрати самооцiнки, – адже остання залежить не вiд своiх здобуткiв i вчинкiв, а вiд могутностi тiєї суспiльно-полiтичної сили, iз якою людина себе *iдентифiкує*, - а iдентифiкує вона себе завжди iз переможцем. Втiм, є й iнший спiсiб не страждати вiд внутрiшнiх конфлiктiв, – бути **цiлiсною (самоактуалiзованою) особистiстю**, тобто людиною, у якiй – завдяки особистим принципам – iєрархiя норм i цiнностей склалася повнiстю, стала завершеною системою. Ми вже казали, що це вряд чи може бути результатом самоi лише соцiалiзацiї, адже в сiм'ї дитина не може отримати досвiд усiх, можливих в життi ситуацiй та зразки пригiдного саме для неї ставлення i реагування; не допоможе тут i iдеальне виховання, якщо воно взагалi буває. I тим паче неможливо власноруч «доформувати» власну iєрархiю цiнностей, «соцiалiзувавши самого себе» (як i свiдомо «соцiалiзувати iнших»): процес формування первинних цiнностей абсолютно непiдконтрольний людським бажанням; навiть знаючи людину, важко спрогнозувати, що саме вона запозичить вiд iнших у данiй ситуацiї, а примусити її запозичити саме те, що треба, взагалi немислимо.

Однак можна виховати самого себе шляхом створення особистих **принципiв**. Iнакше кажучи, замiстити, компенсувати брак первинних норм i цiнностей свiдомо сформульованими для себе правилами (що виводяться в якостi «уроку» iз кожної невдачi), якi мають виконуватись завдяки вольовому самопримусу всупереч власним слабостям чи тиску оточення, аж поки не стануть iндивiдуальними звичками. Очевидно, що кожен випадок такого самоподолання заради ствердження i розвитку своєї системи цiнностей є *вчинком*, – принаймнi поки це психологiчно важко i вимагає вольових зусиль. Але наслiдком цього повiльного i важкого вироблення принципiв стає зрештою так звана цiлiсна, або «самоактуалiзована» особистiсть, яка завжди веде себе послiдовно i якiй просто приймати рiшення, адже всi своi прiоритети вона уже визначила.

Теорiю самоактуалiзованої особистостi детально розробив американський психолог Абрагам **Маслоу** (1908-1970), що сформулював такi характернi риси подiбних людей: 1) життя в теперiшньому часi (а не в iлюзорному майбутньому чи минулому); 2) творчий, а тому зацiкавлений пiдхiд до будь-якої роботи; 3) легке сприйняття змiн; 4) задоволення вiд реалiзацiї власних i чужих здiбностей, а не вiд споживання чи накопичення; 5) самоповага i прийняття себе таким, який є; 6) вмiння цiнувати достоїнства iнших, не зосереджуючись на їх вадах; 7) здатнiсть не стримувати вияви почуттiв i не боятись пережити їх глибоко; 8) вмiння знаходити емоцiйний контакт iз будь-якими людьми; 9) цiлiсне, системне розумiння людей i свiту²⁶. Можна сказати, що така людина не бореться сама iз собою i нiчого не доказує собі чи iншим, а тому їй легше реалiзувати своi здiбностi i розумiти людей навколо. Також їй неважко правильно визначати цiлi i досягати успiху, – i все це результат цiлiсної системи цiнностей, яка дозволяє їй бути всього-на-всього послiдовною i ясно розумiти, чого вона хоче (не пiддаючись спотворюючому впливу середовища, слабкостям i хибним цiлям).

Авторитарна та самоактуалiзована особистостi – це два крайнi варiанти морально-психологiчного розвитку людини, а тому зустрічаються вони досить рiдко. Однак уявляти й розумiти їх потрiбно, оскiльки всi люди у своєму становленнi як особистостi перебувають десь помiж цими двома крайностями, i оцiнювати їх треба саме по тому, наскiльки вони близькi до самоактуалiзованостi та далекi вiд авторитарностi. Об'єднує цi два типи особистостi те, що їм обом удалося уникнути важких мук вибору, характерних для бiльшостi людей (тобто для фрагментованих особистостей) у тих питаннях, в яких у них не виробилася єдина, нероздвоєна iєрархiя цiнностей. Вiдмiннiсть же у тому, що перший тип взагалi вiдмовився вiд самостiйного вибору i, тим самим, вiд об'єднання i уточнення iєрархiї цiнностей (пiдсвiдомо вiдмовився, але повнiстю i остаточно), а другий – виробив принципи замiсть забраклих фрагментiв цiлiсної iєрархiї. I обидва типи показують, наскiльки важливою для здорового й ефективного життя людини є робота над фрагментованою iєрархiєю цiнностей в напрямку збiльшення її цiлiсностi.

²⁵ Про теорiю авторитарної особистостi див.: www.gumer.info/bibliotek/Buks/Sociolog/Adorno/index.php

²⁶ Теорiю самоактуалiзованої особистостi див.: Маслоу А. Мотивация и личность. – Режим доступу: <http://psylib.org.ua/books/masla01/txt11.htm#4>

Що ж є найголовнішою рисою авторитарної особистості, яка ставить її на межу психічної патології? Це – залякана людина, яка боїться зробити найменшу помилку, а зробивши – боїться визнати її, навіть перед собою. Вона не прагне досконалості і не вірить, що може бути кращою за інших, адже її надто часто в дитинстві критикували й карали, роблячи це не обов'язково жорстоко, але обов'язково – із «узагальнюючими» висновками про її недолугість. А оскільки карали її без будь-якої системи (репресивно), то вона звикла боятись і підлаштовуватись під настрої вихователя. Тобто в ній «видресировали» звичку догоджати старшому, як би погано він не поведився, а також сформували такий розклад цінностей, в якому працювати добре було не дуже важливо (адже вихователь у поганому гуморі міг покарати дитину, навіть коли вона все зробила добре), а от поліпшити настрій тому, кого вона боялась, - це мало найвищий пріоритет.

Звичайно, у такої людини не тремтять постійно коліна і вона не здригається від кожного шурхоту, - це інший тип заляканості. Із психіатричної точки зору вона може бути цілком здоровою, вона здатна вчитись і працювати, але її ціннісна система настільки невизначена у пріоритетах, що вона не може самостійно прийняти жодного серйозного рішення. Вона однозначно вирішила для себе лише те, що буде покладатися на бажання того, кого в даній ситуації найбільше боїться, - це і стало її життєвою стратегією. Ось чому вона не просто дисциплінована (це, якраз, і не обов'язково) і не просто виконує накази, - вона радо й улесливо підкорюється будь-яким примхам керівника та ще й намагається угадати їх, а на крики і приниження з його боку не лише не ображається, а навпаки, тільки почувши їх і починає працювати (адже звикла до такого ще з боку батьків, вірить, що вона недолуга і що її треба поганяти «для її же блага»).

Втім, так авторитарна особистість поводитьсь виключно щодо тих, кого справді боїться. А от до підлеглих, до слабших і залежних від неї (зокрема – її дітей), і навіть до керівників, що несхильні залякувати й карати, тобто до всіх, кого вона не боїться, вона повертається протилежним боком: вона їх цькує, знущається, залякує, - тобто відіграється за всі ті приниження, на які погодилась добровільно, хоч і не цілком свідомо. Проте боїться вона не тільки владного керівника, - вона боїться громадського осуду, боїться порушувати якісь сталі традиції та умовності, боїться навіть дружини, якщо та більш галаслива, і підлеглих, які не бояться її (і намагається здихатися таких), а тому і ненавидить всіх, хто дозволяє собі виділятися і не стидається того, що він у чомусь не такий, як усі. Зрозуміло, що така людина вірить у погані прикмети, таємні знання та загадкові сили, - тобто в усе, що її настрашує, - і готова на будь-які жорстокі, аморальні й протизаконні дії, аби уникнути неприємностей (в наступній темі ми будемо розглядати це під назвою «мотивації самозахисту»).

Протилежний стан особистості – це самоактуалізованість. Що є найголовнішою рисою такої особистості? Насамперед, це людина, яку виховували ліберально і яка, відтак, звикла старатись не тоді, коли інакше їй загрожує покарання (як це робить авторитарна особистість), і не тоді, коли вона може цим сподобатись важливим для неї людям та фальшиво самоствердитись, а тоді, коли це їй справді цікаво. А справді цікаво, взагалі-то, буває лише завдяки творчості, тобто пошуку нових вражень, нових знань і нового розуміння того, що знав раніше. Тут ідеться не про очікування і вибір розваг, а про пошук активний, в якому людина не просто споживає готові інформаційні продукти, що її забавляють (фільми, ігри, шоу), а самостійно шукає відповіді на свої запитання, відбирає, аналізує та осмислює власну інформацію, і сама, також, створює нові інформаційні продукти (відкриття, винаходи, твори мистецтва). І робить це не ради оригіналізації, а для отримання задоволення від процесу вигадкування і збагнення і, в результаті, для досягнення більшої майстерності у своїй справі (що називається «мотивацією самореалізації» або, інакше, – самоактуалізацією).

Ось чому така людина не боїться змін, адже вони для неї – це щаслива можливість спробувати себе в чомусь новому, щось нове зрозуміти або вигадати; і тому вона не зітхає за спокійним минулим та не мріє про безтурботне, пасивне життя у майбутньому (яке було би для неї справжньою карою). У неї, звичайно, виходить далеко не все, за що вона береться, але невдачі її не пригнічують, адже її цікавить сам процес творчості, а не його результати (визнання, гроші, посади), і поважати себе вона звикла не за зовнішні атрибути успіху, а за самостійність і розумність своєї роботи. Тому вона не задрить досягненням інших і не втішається від критики чужих помилок, а натомість не боїться визнавати свої помилки і вчитись на їх виправленні. Взагалі, самоактуалізована особистість не стримує свої почуття із остраху бути осміяною чи засудженою, а тому веде себе природньо і щиро, і, відтак, легко знаходить відклик у серцях інших людей, - навіть не роблячи нічого, щоби їм сподобатись або відповідати їхнім смакам.

Однак стати самоактуалізованою особистістю можна лише завдяки виробленню принципів після кожної ситуації, що потребувала здійснення вчинків. Може, людина в такій ситуації і не

переборола свої слабкості та не здійснила вчинок, але незадоволення собою примушує її хоча би замислитись, чому так сталося. І якщо вона зможе бути достатньо чесною, аби зрозуміти, що вона зробила не так, зможе і сформулювати собі на майбутнє правило поведіння у подібних випадках. Припустимо, що когось вважають боягузом і глузують з нього, що, звичайно, не тішить його самолюбства, тобто суперечить його цінностям, в ієрархії яких цей «гріх» доволі тяжкий. Проте, якщо під тиском оточення він на кожний, навіть невисловлений сумнів буде «пнутися зі шкіри», щоби показати відчайдушну хоробрість, то це виходитиме засліплено, фальшиво й неефективно, а насмішки не припиняться. Якщо ж він визнає перед самим собою, що деяких речей боїться і сформулює правило уникати їх по мірі можливості, то він зуміє бути спокійно сміливим і водночас розумно обережним, без зайвих «комплексів» і з самоповагою, не даватиме іншим маніпулювати своє слабкістю і знущатись із неї (адже усвідомлена, вона перестає бути слабкістю взагалі).

Визначення ключових термінів теми №5:

1. **Особистість** – це людина, яка діє послідовно і системно, оскільки декілька її дитячих ієрархій норм та цінностей склалися в одну, несуперечливу ієрархію.
2. **Ієрархія цінностей** – це результат багатьох парних порівнянь, що перетворюється на послідовну систему інтересів та преференцій, яка переважно запозичується в готовому вигляді у близьких людей (поряд із кількома іншими ієрархіями) шляхом первинної соціалізації, обирається особистістю із кількох засвоєних і частково уточнюється чи доповнюється при вторинній соціалізації.
3. **Фрагментована особистість** – це людина, в якій єдина ієрархія цінностей склалася щодо більшості типових для неї обставин життя, але щодо інших, не менш типових і важливих – не склалася (через брак самостійного життєвого досвіду) і тому вона змушена приймати рішення щодо останніх обставин свідомо, важко і довго.
4. **Первинна соціалізація** – це ранній етап формування особистості (в колі сім'ї та друзів), коли нею запозичується кілька ієрархій цінностей, а потім складається єдина їх система, в якій визначаються найбільш принципові (так звані моральні і світоглядні) питання її практичного життя (*первинні норми і цінності*).
5. **Первинні норми та цінності** – це базові критерії життєвих виборів людини, що формуються під час первинної соціалізації.
6. **Вторинна соціалізація** – це етап подальшого розвитку особистості (в більш широкому соціальному середовищі), коли нею регулярно застосовується і цим уточнюється й доповнюється складена ієрархія цінностей, в результаті чого деталізуються форми уживання первинних норм і цінностей щодо конкретних обставин, типових саме для її життя (що створює *вторинні норми та цінності*).
7. **Вторинні норми та цінності** мають три варіанти походження: їх *перший тип* з'являється внаслідок пристосування первинних норм і цінностей до конкретних типових обставин і створення відповідних поведінкових звичок для кожної з них; *другий тип* має місце при створенні поведінкових звичок, невідповідних первинним нормам і цінностям (коли людина зникає «кривити душею» і робити щось всупереч собі, аби догодити оточенню); а *третій тип* реалізується у визначенні для себе пріоритетів у малозначущих питаннях, які не стосуються первинних норм і цінностей
8. **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 протидії санкціям її соціального середовища.
9. **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, щоби на них зважитись.
10. **Референтні особи** – це люди, чий приклад здійснення вчинків (можливо й далекий) допомагає людині зважитися піти наперекір власним страхам у ситуації тиску оточення проти її первинних цінностей, - що вимагає від неї подібного вчинку.
11. **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).

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

13. **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 сформованої (але неповної) ієрархії норм і цінностей.

Тема 6. Формальні групи

1. Види груп.
2. Структури формальної групи.
3. Види мотивації.
4. Рівні мотивації.
5. Стили управління.

Практичне завдання №6: Наведіть приклади поведінки в одній навчальній ситуації студента СумДУ з кожним із трьох **видів мотивації** і навчальну поведінку студентів СумДУ з кожним із трьох **рівнів мотивації**.

***Ключові терміни теми №6:** формальні та неформальні групи, великі та малі групи, типи структури великої формальної групи (функціональна та лінійна), види структури малої формальної групи (формальна, неформальна та напівформальна), організаційна (корпоративна) культура непотизму та патерналізму, мотивація та три її види (егоїстична, альтруїстична та колективістська), три рівні мотивації (самозахисту, самоствердження та самореалізації), управління як виховний та керуючий вплив, три стилі управління (авторитарний, ліберальний та демократичний), колективна праця.*

1. Основний об'єкт вивчення у соціології – це групи. Окрему людину вивчати не надто вигідно з точки зору управління (немає сенсу управляти кожним окремо, принаймні – досі не було), а суспільство в цілому – занадто великий і складний об'єкт, аби його можна було вивчати точними методами. Натомість групи – це ідеальний об'єкт для вивчення, і саме їх поведінку зазвичай намагаються зрозуміти і скоректувати замовники соціологічних досліджень. Однак за розмірами, структурою, походженням і призначенням групи бувають аж надто різні, а тому для точного вивчення будь-яку з них потрібно «діагностувати» за детально розробленою класифікацією.

Перший крок у цьому – це розподіл на формальні групи та неформальні (це поділ груп за походженням). **Формальні** створені за наказом і діють на основі формальних (юридичних, писаних) правил, а складаються із членів групи, що виконують у ній посадові ролі; **неформальні ж 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). В даній темі ми розглядаємо лише формальні групи, основна запорука успіху яких – це їх організованість. У нашій країні нерідко плутають службові (тобто формальні) й особисті (неформальні) відносини, внаслідок чого очікують від співробітників щирої відданості та безкорисливої готовності допомогти (що було би природньо у родині, але не на роботі), а сім'єю керують у службовій, байдужій манері і після цього дивуються, чому вони втратили взаєморозуміння із дітьми. Втім, в обох випадках такі горе-керівники не дотримуються ніякої системи в управлінні, а тому на роботі їх ніхто не слухає і не поважає

(принаймні, поки вони не стають мстивими тиранами або не беруть у підлеглі лише «своїх»), а вдома вони «відігруються», здійснюючи репресивне, за своїм типом, виховання.

Отже, розуміти, чим відрізняються формальні й неформальні групи, службові та особисті відносини, потрібно не стільки для загальної грамотності, скільки для досягнення результативності своїх дій як вдома, так і на роботі. Скажімо, навчальний заклад – це, що очевидно, формальна група, причому – велика, адже складається із багатьох підрозділів. Деякі з цих підрозділів, - наприклад, кафедри, - можуть бути малими групами, що не містять всередині себе жодних управлінських ланок, оскільки складаються із невеликого числа викладачів одної спеціальності (а значить тут не потрібні окремі секції). На цьому прикладі ми побачимо, що великі і малі формальні групи відрізняються не просто чисельністю або складністю побудови, - вони відрізняються, кажучи по простому, психологією та взаємовідносинами співробітників на різних рівнях, а якщо сформулювати те саме науково, то треба говорити про різні типи структури та відповідні методи управління. А втім, це ми розглянемо у наступних питаннях.

Відома приказка, що «дружба дружбою, а служба службою» доступно пояснює, що ділові, формальні відносини не варто змішувати із товариськими, а значить – неформальними. Це на практиці, у реальних виробничих стосунках виявляється складно зрозуміти, а тим більше – виконати, і не тільки в нашій країні або Росії, а в більшості країн, що не належать до так званих «західних». Іще творець сингапурського «економічного чуда», прем'єр-міністр Лі Кван Ю писав про відмінності «східного» та «західного» менталітетів, що стають особливо шкідливими у сфері бізнесу. «Східний» бізнесмен (в тому числі і сингапурський, і український) насамперед прагне якомога гостинніше прийняти у себе «західного» партнера, випити з ним (ніде правди діти, без цього – ніяк, і не лише у нас), побалакати про сім'ю, про дітей, тобто – про щось особисте, а після цього він не дивлячись підписує всі документи і впевнений, що новий «друг» його не підведе. Тоді як «західний» партнер, хоч і під враженням від прийому, але не забуває вписати у контракт усі вигідні лише для себе пункти, а потім не стидається вимагати їх виконання, в тому числі і через суд, і навіть якщо це розорить його наївного «друга».

Можна обурюватись «підступністю» західних людей, але правильніше прийняти те, що люди різні за своєю культурою (тим, що інакше називається менталітетом і буде розглядатись у темі №11), і це не вина їх, а природна особливість, як, наприклад, зріст або колір шкіри. А головне, що це приклад справжнього розмежування «служби» і «дружби»: там, де люди працюють, вони ні до кого не виявляють більшої або меншої прихильності, і саме тому здатні чесно оцінювати одне одного та дотримуватись правил, не роблячи поблажок на «об'єктивні причини» невдач. І навпаки, коли в нашій, «східній» країні керівники навіть соромляться покарати підлеглих за дрібні, нібито, порушення, оскільки співчувають їм і вникають в їх пояснення своїх помилок, то це, насправді, лише розхолоджує винних і не стимулює їх до виправлення та професійного росту. А наслідком цих взаємних поблажок стає корупція, тобто вирішення будь-яких (і особистих, і службових) питань в офіційних керівних органах в обхід формальних правил, тобто шляхом неформальних домовленостей (серед яких хабарі зовсім не єдиний можливий засіб).

Отже, якщо ми схильні вирішувати все «по-своєйські», не озираючись на правила, то не варто і проголошувати боротьбу із корупцією, а якщо хочемо жити «цивілізовано», із дотриманням законів, а також – прав і свобод, то не повинні жаліти тих, хто - може й не хотючи - порушив формальні правила, які б «поважні» причини їх не спонукали. І чим більшою є група, тим більш формальною вона стає, а багаточисельні групи майже неминуче стають формальними, - за винятком мафіозних «сімей» і фанатичних сект, - адже родинними або справді товариськими вони бути не можуть, якщо перевищують межу дванадцяти, а тим більше – сорока членів (і всі, відомі в історії спроби зробити великі спільноти «одною сім'єю» закінчувались плачевно – від християнських громад до комун хіпі). А всі формальні групи, і особливо – великі формальні групи (із так званою «лінійною структурою», про яку – в наступному питанні) повинні максимально суворо дотримуватись правил, оскільки без цього вони втраять реальну організованість.

Вболівальники спорту нерідко недолюблюють команди, які добре навчені певній тактиці і дисципліновано її дотримуються, - беручи, як правило, верх над тими, що складаються із талановитих спортсменів, але не вміють або не хочуть працювати колективно і скоординовано. І справді така організованість виглядає дещо «машиноподібно», але це лише враження, тоді як її відсутність – це не тільки корупція, свавілля та беззаконня, це також і низький рівень життя, низький рівень науки, освіти, медицини, низька тривалість життя тощо. І якщо можна ще сперечатись, що кожному із нас краще мати у себе на роботі: хороші стосунки (плюс корупція) чи суворе дотримання

правил (і певна бездушність стосунків), - то вже вибирати, чи є кращим для країни високий, чи низький рівень життя, точно не приходиться. А це означає, що в формальних групах повинна бути хороша організованість, тобто всі її структури мають діяти злагоджено і дисципліновано, на основі продуманих формальних і неформальних правил.

І ще більше важливою ця організованість стає у великих формальних групах, в яких неможливо досягти успіху закликами й обіцянками або підтриманням поваги та любові підлеглих до центрального керівника. У великих групах ефективна лише дисципліна й організованість, причому – не лише у формальних. Однак зауважимо, що великі групи вирізняються не розміром, а складністю, тобто тим, що складаються із менших підгруп, - а це, як виявляється, не дрібна, а дуже суттєва ознака, що характеризує їх консолідованість (тобто *організаційну єдність* у формальних і *згуртованість* у неформальних групах). І як ми побачимо далі, саме виходячи із того, наскільки велика ця консолідованість, потрібно застосовувати різні способи управління та лідерства. Отже, велика чи мала група – питання не пусте, але вирішується воно оцінкою не кількості людей, а якості їх взаємовідносин, - тобто їх консолідованістю як одної групи або як декількох груп (найімовірніше – конкуруючих), або як роз'єданого скупчення індивідів.

2. Є два типи структури великої формальної групи: 1) **функціональна**, - 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; 2) **лінійна**, - що складається із «піраміди» підпорядкованих ланок, особисті зв'язки між якими опосередковані або відсутні, а тому центральному керівнику передовсім потрібно підтримувати загальну виконавську дисципліну, і робити це – безсторонньо і без зайвої жалості. В результаті, у групах із функціональною структурою (зокрема, невеликих кафедрах) керівнику потрібно більшу частину своєї уваги приділяти соціально-психологічній атмосфері, тобто взаємовідносинам у колективі. Адже якщо стосунки навіть між двома лише членами групи перетворюються на конфліктні, то в цей конфлікт буде скоро втягнений увесь колектив, і люди просто не зможуть займатись виробничими справами. Втім, погано для роботи буде і в тому випадку, коли стосунки між двома людьми стануть позитивно пристрасними, адже вони будуть надавати перевагу одне одному, а це споводує у інших відчуття нерівності й розділить групу на маленькі неприязні фракції.

Щоби формальна група із функціональною структурою зосередилась на своїх виробничих завданнях, міжособисті відносини всередині неї мають бути спокійними і рівними (такий стан групи буде окремо розглядатись у наступній темі під назвою «*спрацьованість*»), а значить керівник повинен уважно, серйозно і зацікавлено поставитися до цих відносин, - а це, як показує практика (і не тільки в нашій країні), найкраще виходить у жінок. Натомість керувати великою формальною групою із багаторівневою та багатоланковою структурою найкраще виходить у чоловіків, а точніше – у людей із «чоловічим», тобто суворим, але справедливим способом управління. І річ не тільки в тім, що у великій організації керівнику фізично неможливо підтримувати із усіма і між усіма гарні стосунки (або навіть знати усіх), гірше те, що така манера управління спонукає людей вірити, що добрий керівник простить їм будь-які промашки, а тому позбавляє мотивації до відповідальної, наполегливої роботи. І якщо недоречною у великій фірмі поблажливістю керівник дасть хоч найменший привід уважати його м'яким і «добреньким», то надалі будь-які його спроби покарати очевидно винуватих викликатимуть лише роздратування, образу і протидію, але дисципліни не відновлять.

Однак і це ще не все із того, що треба знати про структуру групи. Очевидно, що до того, як очолити велику формальну групу, спершу приходиться покерувати у малій формальній групі, і зробити це треба успішно. А от щоб ефективно керувати малою формальною групою, необхідно не просто уміти підтримувати з усіма гарні стосунки, - належить знати, які сили і в якому напрямку діють у цій групі, та якими важелями можна скористатись, аби досягти поставлених цілей. Інакше кажучи, потрібно розуміти, які структури об'єднують членів групи. І таких структур у кожній малій групі декілька, а точніше – три. Вони називаються **три види структури малої формальної групи:** 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.

І керівнику треба не тільки знати, що його підлеглі в різних ситуаціях діють відповідно до того, елементами якої структури вони зараз являються, йому також слід розуміти, що саме він має скеровувати всі основні процеси в цих структурах (щоби не опинитись поза ними і не втратити контроль за групою), а до цього треба бути морально готовим і ще й знати, як це робити. 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). Саме цю структуру в нашій країні найчастіше не вдається побудувати і використати. Натомість у нас добре уміють налагоджувати неформальні відносини, хоча їх, навіть у найкращому стані, ще не можна вважати повноцінною неформальною структурою.

Неформальна структура малої формальної групи виявляється у згуртованості 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 «здружити людей», треба ще пов'язати їх хороше ставлення до кожного члена групи із тим, як добре він ставиться до роботи і наскільки прагне досягти майстерності в ній. Це непросте виховне завдання, яке ще й навряд чи можливо повністю виконати, - адже очевидно, що люди, зібрані разом за наказом, а не по взаємних симпатіях (саме такою є формальна група), нечасто стають справжніми друзями, і тим більше – не дружать усім, без винятку, колективом. Їх відносини будуються, все ж таки, на тому, що вони – колеги і спеціалісти. Це спрощує завдання здружити їх на користь роботи, але ставить додаткове завдання – знайти якийсь міцний базис для цієї «напів-дружби».

Цією об'єднуючою основою якраз і буде третя, так звана напівформальна структура у тому ж самому колективі. Про неї мало що відомо більшості професійних керівників, і це їх дуже значний недолік. Адже наївно з їх боку видавати бажане за дійсне і вірити, що люди можуть настільки зріднитися із трудовим колективом і взагалі – своєю організацією, що будуть заради дружби старатися на роботі та ще й підтримувати одне одного у цих стараннях. Керівник справді може працювати із такою щирою самовіддачею, і через те йому здається природним, що і всі інші мають відчувати до роботи те саме, - але він не розуміє, що його відданість справі породжується його становищем, тим, що він здебільшого сам собі ставить завдання і отримує цілком особисте задоволення від досягнутих успіхів. Підлеглих же треба об'єднати якоюсь мотивацією, і якщо цього не зробить керівник, вони об'єднуються самі, але їх об'єднання буде націлене проти інтересів виробництва.

Річ у тім, що є лише два варіанти спільної мотивації, яка може об'єднати неоднодумців (та й узагалі – дуже різнорідних людей, адже у трудовий колектив збирають не за схожістю характерів) і постійність якої забезпечується традиціями групи: альтруїстично-еґоїстична мотивація допомоги «своїм», щоби і вони допомогли при нагоді, та колективістська мотивація, що сприяє благу всієї спільноти, а не когось окремо. Всі ці види мотивації ми розглядатимемо далі, у третьому пункті плану, а зараз нам важливо лише в'яснити, до яких різновидів поведінки вони приводять. Перший варіант скеровує службово-особисті відносини на власні інтереси кожного члена групи і приводить до традиції, або, інакше, організаційної культури «непотизму» (яка ще називається «блат», «зв'язки», «кумівство»); тоді як другий скеровує ці відносини на виробничі інтереси організації і приводить до культури «патерналізму» (тобто ставлення до організації як до сім'ї). Це і є два варіанти напівформальної структури малої формальної групи, яка, загалом, складається із особистих відносин між посадовими особами.

Розкладемо все по полицках: формальна структура являє собою будову, що краще чи гірше збалансовує взаємодію службових підрозділів і потребує точного виконання обов'язків кожним її елементом. Неформальна структура, у свою чергу, збалансовує морально-психологічний клімат у колективі і потребує виконання кожним її членом певної соціальної ролі (включно із роллю ділового лідера, про що мова йтиме у наступній темі). Іншими словами, неформальна структура – це спосіб надати кожному якусь роль, що більш-менш відповідає його індивідуально-психологічним особливостям і потребам колектива, і завдяки цьому – несуперечливо об'єднує, зближує його із іншими. Чим краще розподіляються ролі в групі і чим емоційно ближчими стають її члени, тим сильнішою є згуртованість, а відтак – і неформальна структура. Втім, найчастіше ця структура не є надто тісною, а з часом навіть у дружних колективах люди втомлюються одне від одного, виникає «психологічна несумісність», конфлікти, - і спільна робота стає неможливою.

Зарадити цьому може тільки об'єднуюча мотивація, яку люди завжди собі знаходять, - ненавмисно, але неминуче, підкорюючись системним закономірностям, що підтримують існування колективу. Ця об'єднуюча мотивація, що «освячується» традиціями колективу, якраз і створює новий тип зв'язків і нову структуру всередині формальної групи, - напівформальну структуру, яка збалансовує емоційні відносини між посадовими особами та між цілими підрозділами, тобто ті відносини, які обов'язково виникають, оскільки люди – не роботи і не можуть працювати без емоційних стосунків. Напівформальна структура створює сталі емоційні обов'язки, ритуали та статуси, яких люди дотримуються, хоча їм і здається, що їх почуття та ставлення до інших абсолютно спонтанні та неконтрольовані. Напівформальна структура (в тому числі й завдяки пліткам та інтригам) об'єднує, як правило, декілька малих формальних груп, тобто всі ті підрозділи, що контактують між собою досить регулярно, але може існувати і в рамках одної малої групи, особливо якщо вона помітно відрізняється від інших або якщо між усіма групами існує сильна, емоційно забарвлена конкуренція.

Інакше кажучи, напівформальна структура поєднує неформальну структуру малої формальної групи (що регулює міжособисті відносини й виявляється при вирішенні особистих, невиробничих проблем) та структуру формальну (що регулює процеси вирішення ділових задач організації), і робить це завдяки тому, що знаходить мотивацію, а головне – традиційну форму вияву емоційних стосунків, що виникають підчас посадово-виробничої взаємодії. Неформальна структура не вирішує ділових проблем організації, принаймні поки вони не стають проблемами особистими (наприклад, поки посадова протидія керівнику не перетворюється на особисту ворожнечу), ось чому зробити це мусить напівформальна структура. Річ у тім, що неформальна структура за своєю функцією у системі націлена на взаємне зближення індивідуальних характерів і розподіл ролей, необхідних для існування згуртованого колективу, такого, що здатен на самовіддану емоційну й дієву підтримку кожного члена всупереч будь-яким зовнішнім загрозам і навіть всупереч тому факту, що не всі в групі є справжніми друзями.

Можна сказати, що чим кращою є згуртованість (неформальна структура) групи, тим більше її члени здатні на самовідданість, взаємну допомогу та емоційну підтримку, і тим комфортніше вони почувають себе в ній, навіть не будучи друзями (це називається хорошим морально-психологічним кліматом). Однак це не примушує їх так же самовіддано працювати на роботі: вони можуть працювати дисципліновано, якщо формальна структура тут добре налагоджена, але не будуть робити зайвого, навіть якщо бачитимуть, що це було би корисно для виробництва. Проте й відноситись до роботи абсолютно беземоційно (не виявляючи, як кажуть американці, «нічого особистого») насправді неможливо і навіть не дуже корисно для власного здоров'я, а тому люди знаходять, кого їм на роботі боятись, а над ким насміхатись, з ким суперничати (хоч у цьому і немає сенсу), а з ким обмінюватись плітками.

Тобто кожній постаті (саме не посаді, а особі) загальною думкою приписується свій емоційний статус і формуються щодо неї якісь ритуали емоційної поведінки, виникають взаємні обов'язки емоційного ставлення, і все це перетворюється на єдину, взаємоузгоджену структуру зв'язків та традицій поведінки (напівформальну структуру групи або організації), завдяки якій і закріплюється у людей постійна мотивація старатись (адже виробничий процес ніколи не буває успішним, якщо відбувається за самими лише формальними правилами, без жодних старань робітників). Причому для перетворення всіх цих емоційних статусів і ритуалів на єдину структуру потрібна, - і виникає, - **організаційна (корпоративна) культура**, що є системою неформальних традицій поведінки формальної групи підчас виконання службових обов'язків, яка «узаконює» одну з двох можливих мотивацій для старань у роботі на колектив: або щоби розраховувати на його вдячність (традиції альтруїстичної службової поведінки, вмотивованої особистою користю, що є культурою «непотизму»), або – без жодних розрахунків, задля спільної слави (традиції колективістської службової поведінки, вмотивованої прагненням успіху та слави організації, яка отримує для всіх найвищий ціннісний пріоритет, що є культурою «патерналізму»).

В чому сенс розподілу структур на функціональну та лінійну? Не лише в тому, що перша характеризує малу формальну групу, а друга – велику. Важливіше те, що управляти ними треба по-різному. В будь-якому управлінні спеціалісти вирізняють два основних підходи: управління, зосереджене на покращенні (або – непогіршенні) стосунків у колективі та управління, зосереджене на досягненні виробничих цілей. Жоден з цих підходів не вважається принципово гіршим або кращим, але кожен з них є ефективним у певних межах. Зокрема, перший, який краще удається жінкам (адже він відповідає їх психологічній природі), дає ліпші результати, - в тому числі і в досягненні

виробничих цілей, - у малих групах із високою частотою контактів та взаємним емоційним впливом, що має тут місце безперервно і виявляється найвагомим чинником успіхів та невдач колективу.

Натомість другий підхід є більш, так би мовити, «чоловічим», - безжально вимогливим до виконання правил і тому ефективним у великих формальних групах, де жалість чи прихильність до когось одного знижує моральну єдність та зосередженість підлеглих на роботі, а відтак – розкладає всю систему управління, перетворюючи її на особисті відносини «блату», відданості керівнику, особистої вдячності за роботу тощо. Отже, очевидно, що головним чинником успіху в лінійній структурі є дисципліна: правила і їх застосування мають бути однаковими для всіх, а виконання – беззастережним. А який спосіб добитись цього? Лише один – покарання. Причому секрет успіху – не в жорстокості кари, а в її невідворотності й неблаганності. Тобто важливішим є ретельний контроль за виконанням, аніж розмір неприємностей за невиконання чи запізнення.

Відомий випадок із однією з найбільших у світі (до 1975 року) мереж роздрібної торгівлі, якою володів У.Грант, котрий, аби уникнути зниження показників, що вже загрожували існуванню фірми, розробив «програму» негативних стимулів для недбалих, на його думку, керівників магазинів, яка передбачала багато принизливих покарань: від привселюдного кидання пирога їм у лице до змушування катати носом арахісовий горіх по всьому торговому залу. Звітність моментально покращилась, але пасиви цієї фірми стали рости із ще більшою прогресією, і невдовзі Грант збанкрутував. Ця історія повторилась, - але в значно більшому масштабі, - в останні роки існування СРСР, який, попри його позірну могутність і невразливість (а такою виглядала і торгова імперія Гранта), розпався саме тому, що намагався вирішити примітивними покараннями свої проблеми, що були, по суті, організаційно-управлінськими, тобто вимагали підвищення рівня організованості системи державного управління, оскільки виросла кількість і масштаб завдань, що вона мала вирішувати.

У чому ж біда цих двох спроб застосування покарань, якщо самі покарання не можна вважати помилкою? По-перше, негативні стимули – це єдиний, як було сказано, спосіб наведення дисципліни, тобто чесності і точності виконання, а зовсім не спосіб прямого отримання виробничих успіхів. Дисципліна сама по собі не гарантує успіхів, адже вона потрібна для виконання завдань, а значить завдання мають ставитись розумно, вчасно і конкретно, а для їх реалізації мають надаватись достатні засоби, мають підбиратись кадри, що здатні виконати такі завдання тощо. А по-друге, повинен бути ретельний контроль за виконанням, такий, що не залишає можливостей для фальсифікації звітності: або треба довіряти самостійним керівникам і оцінювати їх по кінцевому результату (а тому більше винагороджувати за успіхи, аніж карати за невдачі), або вирішувати все самому, давати точні інструкції й оцінювати виконання по детальним технологічним критеріям (причому оцінювати варто не центральному керівнику і не контрольним органам, які можна підкупити, а зацікавленій стороні, наприклад, конкуруючим низовим керівникам).

Як уже видно із даного переліку, цей «чоловічий» підхід, необхідний для ефективного управління в лінійних структурах великої формальної групи, вимагає не лише суворості, але й уміння точно формулювати правила і завдання (включно із критеріями оцінки результатів), знаходити оптимальні засоби та людей для виконання, організувати контроль та взаємодію виконавців. Коротше кажучи, він вимагає більш високого рівня організованості, налагодити який на практиці можуть лише справді талановиті (а не лише грамотні) управлінці, яких завжди небагато і яких ще треба знайти, створивши ефективну й безпристрасну систему їх відбору (що вже дещо нагадує зачароване коло). Ось чому, коли формальна група розростається до величини, що вже вимагає створення лінійної структури із високим рівнем організованості, центральні керівники не лише не помічають цих суттєвих змін, але й помітивши, виявляються нездатними реорганізувати структуру своєї групи.

Вони намагаються відтворити функціональну структуру у великій формальній групі, тобто створюють «сім'ю», - із пропагуванням ідей безкорисливої взаємодопомоги, самозреченої відданості спільній справі та зосередженості керівництва на досягненні загального блага, обґрунтовуючи це все життєвою необхідністю захисту від «зовнішнього» ворога. Завдяки цьому керівник стає уже не просто діловим лідером, а харизматичним вождем, «батьком», що невтомно дбає про підлеглих, - які, у свою чергу, мусять ставити інтереси організації набагато вище за власні й радісно виконувати роль «гвинтиків» системи. Такою «сім'єю» є будь-яка мафія, і таку ж «сім'ю трудящих», «сім'ю народів» створював СРСР із перших років свого існування. Навіть назву «сім'я» обов'язково використовували і тоталітарні «батьки народів», і «хрещені батьки» мафії. І це не випадково, - це просто організаційна

бездарність і вибір найлегшого шляху, адже функціональна структура потребує найпростішого, нижчого рівня організованості, а лінійна – вищого.

Чому функціональна структура малої формальної групи майже не потребує організованості? Тому що вона існує за рахунок лідерських якостей керівника, а точніше – уміння зробити із чужих одне до одного людей єдину команду, тобто щось схоже на неформальну, згуртовану групу. Ця лідерська здібність передбачає, зокрема, вміння представити людину перед групою у найкращому світлі (чого сама людина не завжди вміє робити) і дати проявити себе, допомогти їй ствердитись у певній ролі, визнаній у групі, та відчути себе тут психологічно комфортно, сприяти підтриманню спокійно-рівних взаємин у групі, розумно залагоджуючи будь-які конфлікти й допомагаючи правильно переживати невдачі та успіхи. Саме така робота і потрібна, щоби створити або налагодити неформальну структуру малої формальної групи.

Втім, у нашій країні люди зближуються досить легко і швидко, а тому проблеми із налагодженням неформальної структури можуть виникнути тільки такі, що здружаться не вся група, а декілька окремих компаній всередині неї, які ще й почнуть конфліктувати між собою. У Західній Європі та США, де люди більш недовірливі й індивідуалістичні, фірми для цієї ж мети проводять різні колективні заходи (ігри, корпоративні вечірки) та тренінги (із розвитку взаємодовіри та підтримки) під загальною назвою «team building» - «створення команди». Можливо, це давало би результат і у нас. Але слід зважати і на відмінність менталітетів: там люди звикли, що працювати треба старанно, а дружбу із колегами розцінюють як другорядну справу, натомість у нас якраз дружба (або ворожнеча) є на першому плані, навіть на роботі, а праця – річ другорядна. Ось чому створювати команду нам важливо навколо професійних цінностей, в рамках яких саме фахова майстерність стає найбільший престижною, а головне – об'єднуючою цінністю в колективі. Якщо люди цінують спорт, музику, кіно, це їх навряд чи об'єднає, оскільки важко добитись, щоби у всіх було одне хобі (хоча і можливо), а от професія і може, і повинна об'єднувати, - варто лише простимулювати їх бажання фахово удосконалюватись і змагатись.

А як налагодити формальну структуру малої формальної групи? Це якраз те, що легко удається людям на Заході, а нашим людям навіть важко пояснити. Відповідь звучить просто: треба детально і зі знанням справи сформулювати писані правила та посадові інструкції, які б передбачали всі основні форми взаємодії членів групи та всі основні ситуації, що виникають у них при виконанні поставлених керівництвом завдань. Очевидно, що ці завдання теж мають ставитись точно і конкретно, а крім того мають продумано забезпечуватись всіма необхідними для їх виконання засобами. Але і при такій постановці завдань у процесі їх виконання неодмінно виникатимуть проблемні ситуації, що повинні розв'язуватись не просто вольовим рішенням керівника, а створенням додаткового правила про те, як треба діяти у подібній ситуації. І вже точно подібними правилами мають вирішуватись будь-які виробничі конфлікти, аварії та невдачі (а не пошуком «винних», як у нас). Крім того, ці правила повинні давати чіткі, інструктивні приписи або заборони та передбачати конкретні ознаки того, що вважається правильним, а що – ні, і позитивні або негативні санкції за відповідну поведінку.

Чим же відрізняються від описаного наші правила? В наших, на жаль, даються дуже узагальнені, абстрактні побажання щодо поведінки, яку керівники хотіли би бачити від своїх підлеглих. Щось на кшталт: «сумлінно відноситись до обов'язків», «своєчасно виконувати доручені завдання», «не порушувати виробничу дисципліну». Це тому, що люди, які пишуть правила, не займаються конкретним виробничим процесом і не знають, що, коли і як можна проконтролювати. Та й задачі наші керівники ставлять приблизно так: «Оце треба зробити, як минулого разу, але треба – на вчора, так що всі швиденько навалялись, і щоб ніхто не уходив!» А якби хтось повірив і кинувся виконувати, то пошився б у дурні, бо звітуючи про виконання, найпевніше почув би: «Так швидко впорались?! Мабуть, кой-як? Наступного разу дамо більше роботи!» Або й узагалі: «Ні, цього не треба було робити! Нагорі переплутали... Робіть оце». Саме такі «правила» та «завдання» і знищують формальну структуру малої формальної групи та роблять необхідним її заміником «блат» і корупцію. А щоби знищити ці замітники, треба зробити їх непотрібними, розробивши для цього справжні, дієві правила та постійно вдосконалюючи їх у ході вирішення конкретних ситуацій.

Таким чином можна і потрібно вдосконалювати формальну структуру малої формальної групи, але навіть після того, як буде об'єднана і зміцнена ще й неформальна її структура, група все ще не досягатиме максимальних результатів у роботі. Принаймні її успіхи будуть короточасними, а за найменших труднощів вона може пересваритися і розпастися. Західний, і зокрема американський менеджмент прийшов до розуміння цього порівняно недавно. Якщо необхідність згуртування і

покращення психологічного клімату (тобто – неформальної структури) збагнули у США ще на початку тридцятих років минулого століття – внаслідок експериментів Е.Мейо (1880-1949), узагальнених у «доктрині людських відносин»²⁷, то про «організаційну (корпоративну) культуру» практики заговорили у восьмидесятих роках того ж століття, переважно – під враженням від успіхів японських фірм. Від останніх, власне, і були запозичені всі атрибути того, що в Японії називають «фірма-сім'я», а в Америці назвали більш сухо «культура фірми», - хоча і тут, і там це було, фактично, створенням напівформальної структури формальної групи²⁸.

Як уже було сказано, напівформальна структура формується, як правило, в масштабі усієї фірми (оскільки вона і потрібна для того, щоби виходити за межі формальних відносин і вирішувати не продумані у правилах проблеми напряму), але може створюватись і в малій формальній групі, якщо остання працює доволі осібно та ще й на дуже конкурентній основі із сусідами, - внаслідок чого спільні для усіх цих груп традиції стають неможливими і не складаються. Від подібних традицій, а точніше – від двох, згадуваних уже варіантів організаційної культури (що є основою напівформальної структури), «непотизму» та «патерналізму», нікуди не дітись, - якийсь один із них неодмінно сформується, адже без цього в фірмі чи установі зростатиме плінність кадрів, конфлікти і небажання працювати, і вона обов'язково загине або буде змушена виробити якусь свою культуру. А ця культура може бути або непотистською («блат», корупція, кругова порука), або патерналістською (безумовна допомога фірми кожному робітнику і їх – фірмі, відсутність звільнень, зрівняльна зарплата й переважання моральних стимулів гордості за фірму і вдячності їй); причому перша, як правило, виникає сама собою, а над другою керівникам треба щиро і серйозно працювати.

Що ж представляє собою організація, в якій склалася напівформальна структура? В нашій країні про таку організацію жартівливо говорять «велике село», маючи на увазі, що чутки в ній розходяться миттєво, всі про кожного усе знають і мають спільну оцінку, а традиції доволі жорстко й однозначно регламентують, як тут можна себе вести, а як – ні, і тому кожен, хто хоч трохи вирізняється, ризикує бути осудженим громадською думкою, - що може закінчитись для нього сумно не лише в моральному, але й у професійно-кар'єрному сенсі (а тому дозволяють це собі лише визнані лідери). Всі ці риси: спільні оцінки, традиції, взаємний контроль, - є типовими ознаками загальної для спільноти ціннісної системи, яка, інакше, називається «культурою» (мова про неї піде у темі №11 цього посібника). Будь-яка культура призначена для того, щоби стабілізувати емоційно-оціночні відносини між людьми, спільнотами, організаціями, особистими та спільними цілями, а також – гармонізувати й уніфікувати в колективі ставлення до важливих усім об'єктів, подій та процесів.

Культура стає міцним базисом для відносин між колегами, які вище були названі «напівдружбою», оскільки формує традиційну, а тому – необговорювану, постійну мотивацію до роботи і до взаємодії із співробітниками, - таку, яка прийнята в даному колективі в силу специфіки підбору кадрів або – загальної ситуації в даній сфері чи, навіть, в країні (включно із менталітетом народу), або в силу цілеспрямованих зусиль по створенню відповідної культури. В нашій країні (можливо – під впливом кризи) сама собою найчастіше складається непотистська традиція взаємопідтримки заради егоїстичних інтересів працівників, що неминуче шкодить інтересам організації. Тому нам особливо важко зрозуміти, як узагалі в японських фірмах можливий патерналізм і що ж треба зробити організації, щоби заслужити таку любов своїх співробітників, через яку вони безкорисливо і водночас щиро стараються для фірми (отримуючи за це хіба що моральне заохочення, адже зарплати у них зрівняльні)?

Річ у тім, що японська фірма є сім'єю не лише за гаслом, а й на ділі, в усіх найкращих проявах «сімейності». Скажімо пожиттєвий найм – це не лише гарантія від звільнення, це ще й обов'язок фірми знайти найкраще застосування для здібностей (нерідко – нерозкритих) кожного працівника, обов'язок, який виконується шляхом терпеливого випробування людини на різних місцях і умовах роботи, шляхом психологічної допомоги і колективного виховання, навчання і наставництва. Але ця терпеливість зрештою окупається тим, що робітник, який знайшов найліпше місце для своїх талантів, починає працювати не тільки якісно (і вдячно, можна додати), а ще й творчо, винахідливо і з найсильнішою мотивацією. Очевидно, що фірма допомагає кожному члену своєї «сім'ї» у будь-якій біді або хворобі (не рахуючись із тим, як довго він у ній працював), а натомість і робітники готові

²⁷ Про «доктрину людських відносин» див.: <http://pulib.if.ua/part/10242>

²⁸ Про «культура фірми» див.: <http://www.hr-hunter.com/lib/practicum/138>; Социальная психология. Под ред. А.Сухова и А.Деркача, гл.10. – Режим доступу: <http://www.studfiles.ru/preview/1806161/page:10/>

піти на будь-які поступки, якщо фірма переживає кризу. Тим більше вони готові вдосконалювати свою майстерність, вигадувати способи покращення результатів та організації труда.

Висновок із усього можна зробити такий: щоби налагодити *формальну структуру* малої формальної групи, треба розробити правила, які детально і точно оцінюють будь-яку заслугу або помилку співробітників, а також створити ефективний механізм контролю та застосування відповідних санкцій. Наприклад, дії футболістів у наших професійних командах оплачуються досить добре, а от контролюються погано, причому заохочення та покарання накладаються вельми суб'єктивно, що і породжує незадоволення та конфлікти, не кажучи вже про те, що недбалому гравцю навіть не доведеш його не старанність, а тому і приходиться спершу його терпіти, а потім виганяти без чітких пояснень, за що. А все це лише тому, що в правилах (які можна було записати у контракті) не передбачені ознаки «старанності», наприклад, - скільки кілометрів футболіст має пробігти за матч, скільки точних передач (і саме – вперед, що складніше) або ударів по воротах зробити, скільки разів вступити в боротьбу за м'яч після його втрати тощо. Визначити ці ознаки можна на основі його власних кращих матчів, але головне те, що «старанність» можливо операціоналізувати і регламентувати.

А щоби налагодити *неформальну структуру* малої формальної групи, треба здружити весь колектив, не допускаючи ворогування підгруп всередині нього і допомагаючи кожному члену знайти свою роль. Причому здружити всіх треба навколо престижу (цінностей) фахової майстерності, після чого контроль за старанністю і самовдосконаленням кожного буде все більше переходити від керівника до колективу. І нарешті, для налагодження *напівформальної структури* формальної групи, треба об'єднати всіх одною мотивацією, причому – не одноразово, а на постійній основі, для чого необхідно створювати організаційну культуру патерналістського типу, щиросердно й активно дбаючи про підлеглих. Саме це і роблять найуспішніші футбольні клуби Європи, об'єднуючи людей мотивацією гордості за приналежність до команди і створюючи атмосферу взаємної турботи співробітників і керівництва.

3. Створення колективу, про яке йшлося в попередніх питаннях, не відмінняє необхідності керувати окремими виробничими діями підлеглих, ставлячи перед ними задачі та стимулюючи їх виконувати останні точно, вчасно та старанно. Тобто управління – абсолютно інший процес, аніж налагодження основних структур групи, і в практичному управлінні основний секрет успіху – це зрозуміти домінуючу мотивацію робітників і підібрати стимули, що найкраще впливають саме на цю мотивацію. А значить, треба в'яснити, що таке мотивація. **Мотивація** – це соціалізована звичка користуватись одним набором мотивів (внутрішніх або зовнішніх спонукань до дії) у схожих ситуаціях (у навчанні, в сім'ї, із друзями). Мотивація не є свідомим бажанням або несвідомим скороминучим прагненням (оскільки і перше, і, особливо, друге є, скоріше, мотивом, тобто окремим поштовхом до дії); вона є звичкою до певних прагнень у певних життєвих обставинах.

Формуючись як звичка, мотивація найчастіше буває несвідомою, але може і усвідомлюватись, а головним у її визначенні стає те, що вона соціалізується, тобто переймається у інших, і виявляється у стабільності прагнень людини або групи. Вона відрізняється від цінностей тим, що вони набагато дрібніші й індивідуальніші, адже цінності, хоча й теж виникають унаслідок соціалізації, проте відображають, переважно, індивідуальні нахили і задатки у загальноприйнятій формі (наприклад, смаку до сала, гострого перцю або смажених комах). Натомість мотивація, яку теж можна вважати загальноприйнятою формою бажань і прагнень, виявляється, однак, не в наданні переваги окремим об'єктам у конкретній ситуації вибору, а в постійності прагнень до якоїсь соціально визнаної цінності. Причому слова «соціально визнана цінність» – це синонім до терміну «погляди» (поясненого у темі №1), тобто це не те саме, що несвідома цінність людини або групи, це – ідеологічно декларована і усвідомлювана більшістю «правильна» мета прагнень. Попросту кажучи, мотивація – це, наприклад, прагнення слави або фінансового успіху, потяг до творчості або лякливе уникання загроз, бажання виділитись або допомогти іншим.

Як бачимо, мотивацію простіше пояснити на прикладах, а тому розглянемо її види та рівні. Варто відразу зрозуміти, в чому відмінність видів мотивації та її рівнів. Перша (з цих двох) класифікація показує, які варіанти мотивації в один і той же час особа може виявляти до різних об'єктів: до чогось чи когось вона ставиться егоїстично, до когось виявляє альтруїзм, а в інших ситуаціях здатна до колективізму. Жоден з цих видів не може вважатися більш відсталим або розвинутим, вони існують водночас і кожен є адекватним і природним у певній ситуації, тоді як рівні мотивації відображають якраз етапи особистісного, морально-емоційного розвитку людини, а тому

вони формуються у неї поетапно: на нижчому рівні вона дбає лише про самозахист, і тільки досягнувши в цьому реальних успіхів, переходить на рівень самоствердження в очах інших, а коли повністю задовольнить і цю потребу, вивисується на рівень реалізації власних здібностей як своєї першочергової потреби та мотивації.

Види мотивації є такі: 1) **егоїстична** – націлена на власні інтереси всупереч інтересам інших; 2) **альтруїстична** – націлена на інтереси інших всупереч власним; 3) **колективістська** – націлена водночас і на власні інтереси, і на інтереси інших (реально виявляється лише в умовах самореалізації). Знання видів мотивації потрібно не для того, щоби давати моральну оцінку людям або їх діям. Називати когось «егоїстом» (так само, як і «альтруїстом» чи «колективістом») невірно у принципі, адже в діях кожної людини можна знайти всі три види мотивації, і навіть якщо один із них переважає, це не означає, що в інших обставинах у неї не переважатиме другий вид. Дії теж самі по собі не виказують того, із якою мотивацією вони були зроблені, а значить не можна саму дію називати «егоїстичною». Егоїстичною буває мотивація, а не дія, але щоби зробити такий висновок, потрібен вдумливий інтерпретативний аналіз, і притому – багатьох дій, а не одної. А головне, егоїстична мотивація – це ще не привід для осуду, так само, як альтруїстична – не привід для похвали та гордоців.

Навіщо ж потрібно знати, який вид мотивації спонукає людину до більш чи менш дисциплінованих, енергійних та самовідданих дій у певних умовах, скажімо, на роботі? Якраз для того, щоби зрозуміти, якими стимулами можна збільшити її дисциплінованість, енергійність або самовідданість, давши їй те, ради чого вона готова буде постаратися. А в такому разі важливо зрозуміти, що є найголовнішим для людини, коли вона діє, наприклад, із егоїстичною мотивацією. Це – якась свідомо особиста вигода, яка протиставляється інтересам інших, тому що людина категорично не хоче йти на компроміс із даними людьми і жертвувати ради них чимось. Така позиція може бути результатом особистої неприязні або відчуття власної незахищеності в даних умовах, засліпленості якимось бажанням (випередити інших, заволодіти чимось цінним для багатьох) або психічним розладом. Втім, на початкових етапах розвитку особистості (принаймні, до завершення її формування) егоїзм, або, точніше, егоцентризм є цілком природним і навіть інстинктивним; нормальним він буває і на пізніших етапах, коли відповідає природним інстинктам (наприклад, інстинкту самозбереження).

А що є найголовнішим для людини, коли вона діє із альтруїстичною мотивацією? Як правило, це бажання отримати щось навзаєм, бажання, приховане навіть від самого себе, яке, тим не менш, легко виявляється і підтверджується в ситуації, коли «альтруїст» не отримує бажаного. Хто найчастіше демонструє такий вид спонукань? Батьки – по відношенню до дітей, друзі – одне до одного і, меншою мірою, ділові партнери, що сильно залежать одне від одного (зокрема, напарники в армії або поліції). Партнери і друзі очікують, переважно, взаємної допомоги та самовідданості, тобто того ж, що дають і самі; очікують, зрозуміло, не відразу ж, але якщо допомога буде потрібна, а невдячний друг її не надасть, то це буде сприйнято як образу й підлість. Що ж до батьків, то вони, як їм здається, діють абсолютно безкорисливо, - але зауважте, що і вони ображаються, якщо діти не цінують їх зусиль (не виказують вдячності або бережливості), не відповідають певною турботою про них або не демонструють слухняності (яку батьки часто, хоч і несвідомо сприймають як «плату» за їх безкорисливу турботу).

Як бачимо, всі ці приклади альтруїстичної мотивації не є справді безкорисливими: люди жертвують чимось (як мінімум, потраченими силами та часом), але несвідомо націлюються на отримання жертв і старань у відповідь, і саме ця, відкладена на невизначений строк взаємність і спонукає до подібних дій. То що ж, безкорисливої самовідданості не буває зовсім? Буває, принаймні якщо не вважати корисливістю прагнення до насолоди від самого процесу фантазування, пізнання та винахідництва, тобто від реалізації творчих потреб і здібностей. Цю насолоду самореалізації можна отримувати у будь-якій діяльності, - не тільки від складання віршів або музики, але і від знаходження самостійних і ефективних рішень в управлінні чи футболі, від пошуку істини в науці чи в практичній криміналістиці, від створення нових рецептів у кулінарії та новацій у технологічному процесі на виробництві. Саме ця насолода, яка вочевидь приносить користь і задоволення також і всім іншим, і є найбажанішим та найголовнішим для людини, коли вона діє із колективістською мотивацією.

Неважко помітити, що кожен описаний вид мотивації дає людині якесь особисте задоволення: у випадку «егоїзму» це досить раціональне задоволення від отриманого результату, «альтруїзму» - задоволення від непрорахованої і відстроченої, але життєво важливої послуги чи поступки у відповідь, а у випадку «колективізму» це – радість творчості та самореалізації. Нагадаємо, що

насправді «егоїзму» або «колективізму» як самостійного і постійного явища не існує, адже ці терміни (включно із «альтруїзмом», звичайно) є філософськими узагальненнями, такими, як, скажімо, «дружба» чи «щастя». Між якимись окремими людьми, в певний час і в конкретних діях один, особливий вид «дружби» побачити і виміряти можливо (наприклад, «ділову дружбу»); втім, навіть і цей, конкретизуючий термін буде певним спрощенням, адже і така дружба в різних країнах чи соціальних групах різна, а термін один). Однак «дружба» взагалі, одна для всіх епох і народів – це вже неприпустимо розширене узагальнення, під яким можна розуміти все що завгодно і яке через його розпливчатість втрачає будь-який науковий сенс.

Тому говорячи про «егоїзм», ми маємо на увазі одну із мотивацій людини у певній сфері, а не її характер в цілому. І все ж таки, добре чи погано мати егоїстичну, наприклад, мотивацію? Ні добре, ні погано, - це нормально і навіть потрібно для відповідних обставин. Без неї неможливо досягати перемог у спорті чи в бізнесі (можна ще додати – у війні і в політиці, але цими перемогами не завжди можна пишатись), без неї взагалі важко бути раціональним та організованим (чого якраз і не вистачало в Радянському Союзі). Егоїстична мотивація – це природна схильність людини діяти насамперед у власних інтересах, а тому шкідливою (причому не тільки для інших, але і для себе) вона стає лише в певних умовах, - а саме тоді, коли вона є неадекватною ситуації та природі людини. Наприклад, якщо мати кидає новонароджене маля напризволяще, це прояв патологічної, хворобливої мотивації егоїзму, від якого вона і сама буде страждати; але це вже результат не її материнської природи, а - неправильних ідей і страхів, що виховали або соціалізували в ній інші.

У свою чергу, без альтруїстичної мотивації були би неможливі майже всі об'єднання та спільні форми роботи людей, - всі, крім справді колективістських, тобто заснованих на творчості й самореалізації кожного її члена. Втім, такі групи існують дуже рідко, адже небагато людей досягають рівня самореалізації. Можна спитати, чому ми наголошуємо, що саме творчість потрібна для колективістської мотивації, - хіба старатись на благо колективу неможливо без самореалізації? Виявляється, що ні. Якщо людина старається, оскільки їй пообіцяли винагороду, то це не що інше, як егоїстична мотивація; якщо робить це, знаючи, що колектив їй віддячить, коли їй буде потрібно, то це мотивація альтруїстична; а от коли вона не дбає ні про негайний і домовлений результат своїх зусиль, ні про вдячність при нагоді і потребі, то їй залишається тільки одне задоволення від роботи на інших, - задоволення від самого процесу роботи. А це означає, що робота має бути не нудна і рутинна, а більш-менш самостійна, творча, така, що подобається (подобається ж людині саме те, що відповідає її здібностям).

Втім, альтруїстична мотивація теж може мати соціально й особисто негативні наслідки, якщо її далекоглядна корисливість (адже вона базується на рівності взаємних послуг та поступок) перетне певну межу і буде використовуватись не для товариської взаємодопомоги у біді, а для індивідуального та групового егоїзму на шкоду всім іншим. Під цим егоїзмом розуміється система «кругової поруки», «блата» та обмана всіх тих, хто не належить до даної спільноти (в наступній темі ми розглянемо цей тип групи, що називається «корпорацією»). Так само і колективістська мотивація може мати патологічні прояви, якщо людина чи група, захоплені, скажімо, науковим пошуком, перестають рахуватись із загрозою для життя та здоров'я інших, проводячи експерименти на людях або відкриваючи двері жажливим наслідкам своїх відкриттів. Але в такому випадку мотивація стає іншою, адже люди скочуються у все більший егоїзм, тобто відходять від колективістської природи творчості.

4. Як бачимо, людина може водночас проявляти всі три види мотивації, різні її види – до різних об'єктів, і це є цілком нормально й типово для більшості людей. Однак співвідношення цих видів на користь лише одного із них можна уже вважати індивідуальною характеристикою, зокрема такою, що характеризує особливості особистісного розвитку людини. Адже якщо вона завжди і всюди виявляє егоїстичну мотивацію, в тому числі й по відношенню до своїх рідних, друзів, колег тощо, то її недалекоглядна корисливість невдовзі «виходить їй боком»: вона обов'язково зрештою програє і морально, і матеріально, - а отже це вже патологічний егоїзм, неадекватний і недоречний. З іншого боку, суцільний, щодо всіх без винятку альтруїзм (мова, знов-таки, не про постійну людську якість, а про переважання даного виду мотивації) активно схвалюється та пропагується християнством. Але чи добрим є пригноблення власних потреб і задатків на догоду потребам інших? Для здоров'я альтруїста – напевно ні, а для суспільства він приніс би більше користі розвитком і реалізацією своїх здібностей, аніж їх придушенням.

Інакше кажучи, переважання альтруїстичної мотивації – це вже не патологія і в порівнянні з егоїзмом є моральним прогресом, але це не є доказом особистісного розвитку, адже якраз розвитку він майже не передбачає, – ні власної системи цінностей, ні принципів, крім одного: служити іншим, не рахуючись із собою. Що ж до переважання мотивації самореалізації, то це вже очевидний поступ у розвитку цінностей та принципів, і досягнутий завдяки ньому стан відображає розглянуте вже (в темі №2 цього посібника) поняття і явище «самоактуалізованої особистості», у якого, схоже, немає жодних негативних наслідків. Люди, у яких повністю переважає якийсь один вид мотивації, демонструють і справді різні стани морального й ціннісного розвитку особистості, але все ж таки ці стани не тотожні рівням мотивації. Судіть самі.

Є три **рівні мотивації**: 1) **самозахисту** – звичка старатися лише для відведення безпосередньої загрози або для забезпечення себе від можливих загроз (як правило – найближчих, ситуативних, але це залежить від ступеня далекоглядності або, точніше, недалекоглядності індивіда); 2) **самоствердження** – звичка старатися лише для отримання визнання своїм оточенням тут і тепер або якомога більшою групою і на довший час (залежить від рівня амбіцій індивіда); 3) **самореалізації** – звичка старатися лише для реалізації власних здібностей, тобто робити те, що відповідає своїм природним нахилам та уподобанням або також і нахилам та уподобанням оточуючих (що залежить від міри гуманності його цінностей). Кожен рівень мотивації існує на певному етапі формування і ступеню зрілості людини, причому перехід на вищий рівень можливий лише після того, як вона задовольнить нагальні, базові потреби попереднього рівня.

Чи можна особу, мотивація якої знаходиться на рівні самозахисту, ототожнювати із тією, у якої надмірно переважає егоїстичний вид мотивації? Ні, вони лише частково повторюють одне одного: домінуючий «егоїзм», як правило, є наслідком страху людини перед іншими та перед будь-якими проблемами, що ставить життя. Тобто це результат «заляканості», характерної, насамперед, для авторитарної особистості, вихованої репресивними методами. Натомість людина, мотивація якої знаходиться на рівні самозахисту, зовсім не обов'язково є авторитарною особистістю, – це глуповато-хитра людина, що в силу особистої незрілості (їй бракує принципів) та недалекоглядності звикла викручуватись із неприємностей, – аж до принижень і тяжкої праці в останній момент, – але не запобігати ним, адже не здатна примусити себе працювати планомірно і вчасно. Іншими словами, це прояв інфантильної несамостійності та потреби у зовнішньому контролі, які (згадайте попередню тему) бувають не тільки від репресивного виховання, але й від надмірної опіки.

Тим більше не можна говорити про тотожність людини із рівнем мотивації самоствердження та умовної, навряд чи реально існуючої особи, у якої насправді переміг альтруїстичний вид мотивації. Можливо якісь переконані монахи-аскети могли щиро та послідовно виявляти альтруїзм і лише його, але це завжди було рідкісним явищем, тоді як самоствердження – це, навпаки, рівень мотивації, на якому перебуває більшість людей в усіх країнах. На відміну від тих, хто перебуває на нижчому рівні мотивації, людина, якою керує прагнення самоствердження, є більш самостійною та далекоглядною, вміє планомірно досягати своїх цілей і не потребує для цього прямого зовнішнього тиску. Проте обмеженість її в тому, що ціль у неї фактично одна – сподобатись важливим для себе людям, а такими для неї є більшість оточуючих: вона прагне сподобатись керівникам, бо залежить від них, друзям – бо боїться, що вони відвернуться від неї, перехожим на вулиці – бо їй важливо, аби нею захоплювались.

Втім, основним об'єктом самоствердження є найближча їй компанія (група, із якою вона себе ідентифікує), а ціллю – отримати визнання як не гіршого за інших (а в ідеалі – кращого) члена цієї компанії. Ради такої цілі вона готова на будь-які зусилля і жертви, а тому кожна її старанна робота обов'язково спричинюється саме такою ціллю та мотивацією. Якщо її група цінує гроші, вона прагнучиме отримати їх якомога більше (саме така мотивація і рухає більшістю наших бізнесменів, а зовсім не користолюбство). Якщо ж, наприклад, навчальна група цінує, – як це не дивно звучить, – нецікавість до знань і байдужість до оцінок (а її норми, відповідно, присоромлюють «заучок»), то навіть ерудований і допитливий «відмінник», що прагне до самоствердження, буде не готуватись і прогулювати заняття, а також насміхатись із того, хто визвався відповідати. Очевидно, що такими людьми теж керує страх, але це вже не страх перед прямими і близькими загрозами (як на рівні самозахисту), а страх перед тим, як їх оцінять інші.

Залежність від оцінок ззовні є дуже добрим стимулом до старанності заради групи і до бажання та вміння ладити із людьми. Зворотнім же її боком є певне придушення своїх інтересів та здібностей, якщо вони не знайшли схвалення у групи (а так буває досить часто). Отже, на першому, нижчому рівні мотивації людина «вмикає» здібності (найпростіші, і насамперед – хитрість) та

прикладає зусилля, тільки якщо налякана явною вже і серйозною для неї небезпекою, а перейти на другий рівень може лише позбувшись цієї звички працювати «з-під налігача» і почавши керувати своїми діями самостійно і за планом. На другому рівні мотивації вона вже здатна «ввімкнути» набагато більше здібностей і з більшою користю для себе та інших; але ці здібності все ще доволі прості, стандартні (дисциплінованість, старанність, уміння зрозуміти інших та підлаштуватись під них), тобто зовсім не ті, що складають її унікальність, її призначення та її можливий талант. А значить, щоби перейти на вищий рівень мотивації, людина мусить подолати свою залежність від того, як до неї ставляться і як її оцінюють інші.

Але подолати залежність від зовнішніх оцінок треба не поверненням до егоїзму та байдужості, а зосередженням на новому сенсі своїх старань – на задоволенні від свободи творчості, захопливості пошуку та прикладного фантазування, радості відкриттів та розв'язання загадок. А якщо людина відчула, що вона здатна на вагомій відкриття та винаходи, що у неї є справжні здібності і вона вміє їх реалізувати на практиці (тобто – самореалізуватись, або, інакше, самоактуалізуватись), то вона вже не потребує так сильно людського визнання, адже розуміє, що воно до неї обов'язково прийде. Це і буде остаточним задоволенням потреби у самоствердженні та переходом на вищий рівень мотивації.

Якщо поняття «вид мотивації» допомагає зрозуміти причини конкретного ставлення і поведінки людини щодо тих чи інших об'єктів, то поняття «рівень мотивації» дозволяє оцінити ступінь загального розвитку особистості, а також – підібрати методи стимулювання. Наприклад, людину із рівнем мотивації самозахисту марно заохочувати до старанної праці похвалою або обіцянкою підвищити зарплатню, - вона буде не проти отримувати більше, але працювати ради цього систематично і самовіддано не зможе. Зате якщо пригрозити їй звільненням, вона відразу «взьметься за розум» і продемонструє, за потреби, чималий хист і працездатність. Інакше кажучи, на її старання впливають лише негативні стимули, - обіцянки відібрати те, що у неї є, - і не впливають обіцянки винагородити, дати їй чогось, що у неї нема.

Це дещо нагадує менталітет людей феодальної епохи, яку описав М.Вебер: коли німецьким селянам на зорі ринкового суспільства запропонували відрядну зарплату, розмір якої залежав від кількості зробленого, то вони працювали рівно стільки, щоби отримати свій звичний дохід. Вони мали змогу попрацювати ще і отримати додатково, але не хотіли мати більше, ніж їх звичайний заробіток, - і не тому, що були надто заможними, а тому, що просто не знали, що робити із зайвими грошима. Це – психологія людей традиційного суспільства, котрі все роблять так, як було колись заведено. Вони звикли, що їм не доводиться нічого вибирати і розраховувати, як вигідніше буде вчинити, а тому вони уникають необхідності замислюватись над подібними питаннями, яка є надто обтяжливою для них. Ось чому підприємці, які наймали цих сільських робітників, зменшували їм зарплатню до тих пір, поки не добились від них максимальної виробітки, - на яку ті змушені були піти, щоби отримати свій звичний заробіток²⁹.

Зауважте, як це схоже на той нерозвинутий капіталізм, що існує сьогодні в Україні: підвищення виробітки досягають погрозами і покараннями, насамперед - звільненнями, а зарплати робітникам скоріше зменшують (в тому числі прихованими методами, інфляцією та затримками), аніж збільшують. Більше того, на працюовитість людей і справді діють якраз покарання, а не винагороди і можливість добитись більшого. Так само поводять себе і студенти, принаймні - велика їх частина: починають щось активно вчити і здавати заборгованості, лише коли їх прізвища заносять до наказу про відрахування, а до можливостей здати все вчасно і легко виявляють байдужість. Люди цього менталітету, а точніше – цього рівня мотивації здатні лише боротись і воювати, і то – не за щось, а проти чогось. Вони не можуть наполегливою працею добиватись великих досягнень, вони уміють лише уникати значних неприємностей (а до дрібних – вони звикли і терплять). Це звучить сумно, але дає і підстави для оптимізму, адже кожна людина і кожен народ може підняти на більш високий рівень мотивації.

Більше того, керівник не повинен застосовувати лише найпростіші стимули для цих людей, хоч вони і ефективні, - йому варто думати і про їх виховання та розвиток, зокрема – про необхідність похвалами стимулювати їх потребу у самоствердженні, що, зрештою, вигідно позначиться і на коефіцієнті їх корисної дії. Застосування позитивних стимулів до людей нижчого рівня мотивації треба, звичайно, робити дуже помірно та поступово, але коли вони звикнуть (до хорошого звикаєш швидко) і прагнутимуть їх отримувати, то це означатиме, що вони перейшли на рівень

²⁹ Див.: М.Вебер. Протестантская этика и дух капитализма// М.Вебер. Избранные произведения. – М., 1990. – 808 с., с.79-80. - Режим доступу: https://chisineu.files.wordpress.com/2012/09/biblioteca_protestanskaya_etiketa_weber.pdf

самоствердження, і далі їх потрібно лише заохочувати. Однак заохочувати треба виключно за правилами (чітко сформульованими і заздалегідь відомими, а не в залежності від настрою керівника і тому – неочікувано для підлеглих) і за точно відміряними заслугами (а не у відповідності до посад чи особистої прихильності, як це роблять у нас). А якщо поступово починати все більше хвалити й винагороджувати не за самі лише результати, а скоріше за творчі й самостійні методи їх досягнення, то цим можна підштовхнути робітників до розвитку мотивації самореалізації, на рівні якої головним задоволенням стає сам процес творчості, а тому стимулом буде надання все більших можливостей у прийнятті самостійних, нічим не обмежених рішень.

5. Таким чином, **управління** – це процес впливу, що здійснюється призначеними керівниками на членів формальної групи з метою добитись від них тієї кількості та якості роботи, які потрібні для виконання поставлених завдань. Цей процес впливу – двоякий: по-перше, це **керуючий вплив**, що базується на стимулюванні робітників такими винагородами чи покараннями, які є найефективнішими для основної мотивації їх роботи, а по-друге, це **виховний вплив**, що полягає у формуванні робочого колективу, правильному налагодженні його цінностей та відносин всередині нього, а також – у стимулюванні розвитку мотивації підлеглих від нижчих рівнів до вищих. Втім, про виховний вплив було, фактично, розказано при розгляді попередніх питань плану, а тому тепер переходимо до керуючого впливу, основні варіанти якого зводяться до так званих «трьох стилів управління».

Стилі управління є такі: 1) **авторитарний** – використання лише наказів та негативних стимулів (покарань за невиконання), але у суворій відповідності із заздалегідь відомими правилами; 2) **ліберальний** – використання лише похвал та винагород (позитивних стимулів за ініціативу) без будь-якої критики за помилки, але також у відповідності із заздалегідь відомими правилами; 3) **демократичний** – використання тільки погоджених із підлеглими правил роботи та стимулювання, за виконанням яких вони слідкують самостійно, усім колективом, що перетворюється, фактично, на неформальний контроль громадської думки колективу.

Авторитарний стиль управління є ефективним, коли потрібно виконувати некваліфіковану фізичну роботу, завдання і технологія якої є простими й очевидними, тобто не вимагають від виконавців задумуватись над тим, як і що робити. Наприклад, завдання копати яму, - якщо виконавець робив це не один раз і знає як, - найшвидше буде виконане саме під загрозою особистих покарань, а не за додаткову премію (це доведено експериментами і практикою). Проте якщо навіть у ритті ями потрібна буде якість або виконавець буде змушений вирішувати якісь поточні проблеми самостійно, то це вже частково буде і розумовою працею, а значить за якість і вдалість вирішення проблем варто встановити для нього якісь винагороди, - що фактично стане поєднанням позитивного стимулювання і, значить, ліберального стилю управління по відношенню до розумових дій та авторитарного стилю – до фізичних дій у ході одної і тої ж роботи. Лише так можна поєднувати в керівництві «батіг і пряник», адже не існує якогось окремого стилю управління, в якому керівник може одних карати, а інших винагороджувати за одні і ті ж дії, - це ненаукова вигадка, реалізація якої шкідлива для відносин у групі і для вмотивованості та старанності робітників.

Якщо ж уся робота є насамперед розумовою, а працівники – висококваліфікованими, то застосовувати слід виключно ліберальний стиль управління, тобто взагалі не критикувати і не карати жодним чином за помилки, а лише винагороджувати за оригінальні ідеї та винаходи, незалежно від того, чи пішли вони у серійне виробництво і чи дали прибуток (саме так і працює стимулювання робітників у японських фірмах). Обидва названі стилі передбачають стимулювання окремих працівників за конкретні результати у відповідності із правилами, що були повідомлені заздалегідь і завдяки яким робітники точно знають, що очікує їх за вдалі та за хибні дії. Однак і перший, і другий варіант стимулювання не заохочує колективну працю, яка є набагато більш складним і високим рівнем організації труда, аніж просто індивідуальна праця по сусідству із іншими.

Колективна праця – це не просто однакова у всіх робота, поряд із іншими та під їх поглядами (як працюють, наприклад, студенти на практичному занятті), це робота, яку неможливо виконати поодиноці, адже вона має надто великий обсяг і потребує одночасного виконання декількох операцій, а тому ці операції розподілені між окремими виконавцями, що мають діяти злагоджено, як єдина система. До такої роботи виконавців неможливо заохотити одними лише особистими стимулами, оскільки тут потрібна не тільки індивідуальна старанність, але і вміння та бажання скоординувати свою роботу із іншими, підлаштуватись під їх темп (в тому числі – жертвуючи власними амбіціями), компенсувати додатковими зусиллями їх помилки, коротше – робити все, щоби

досягти спільного, а не особистого результату, не рахуючись із тим, хто і скільки в нього вклав. Більше того, якщо спробувати після виконання такої роботи оцінити розмір і значення зусиль кожного (що навряд чи можливо) та винагороджувати індивідуально, то це знищить колективну працю, адже породить образи й недовіру до чесності такої оцінки (якою б вона не була), а наступного разу члени колективу більше слідкуватимуть одне за одним, аніж працюватимуть.

Ось чому для колективної праці найбільш доцільним та ефективним є демократичний стиль управління, за якого керівник спершу обговорює і погоджує із підлеглими всі основні моменти роботи – в рамках того завдання і тих стимулів, які запропоновані для них вищим керівництвом. В цьому обговоренні важливо досягти повного консенсусу, тобто не нав'язувати, по можливості, волю керівника або частини групи всім іншим, а добиватись поступового розуміння усіма тих цілей і труднощів, із якими їм доведеться стикнутись, та оптимальних способів їх вирішення. Крім того, в обговоренні мають бути узгоджені правила та стимули щодо цієї роботи, внаслідок чого всі мають самостійно продумати й усвідомити, як потрібно і як не можна працювати, щоби досягти успіху і не підвести інших. Наявність саме такого ставлення до роботи приводить до описаної вище колективної праці, на фоні злагодженості якої навіть найменша недбалість або лінь стає відразу ж поміченою й осудженою (а осуд своїх у такому колективі зовсім не є дрібницею), а значить контроль за додержанням правил переходить від керівника до всього колективу, що є набагато ефективнішим.

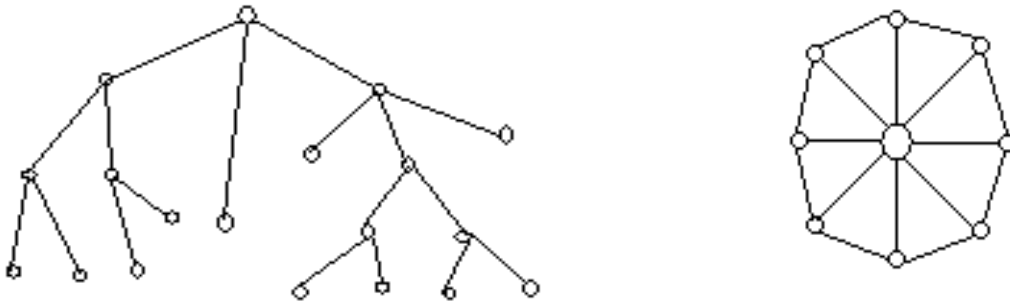
Кожен стиль управління є «правильним», припустимим і доцільним для певних задач і певних виконавців. Тобто стилі не можна оцінювати як кращі чи гірші, а лише – як ефективні чи неефективні у даній ситуації. Наприклад, щоби примусити спортсменів тяжко працювати на тренуваннях, їх варто лаяти і насміхатись над помилками та слабостями (авторитарний стиль), але коли вони виступають на змаганнях, у ході яких мають виявити свої найкращі здібності і показати не лише якісь заучені прийоми, але і фантазію, оригінальність рішень та швидкість їх прийняття, то тут уже слід їх хвалити (за конкретні якості та дії) і зовсім не критикувати (ліберальний стиль). А от якщо нам потрібна команда, яка буде дружна і водночас ефективна, яка буде не лише «битись», але й грати, тобто діяти творчо і невимушено, то знадобиться (крім описаного у цій темі *виховного впливу* по створенню єдиного колективу) демократичний стиль управління, що полягає у колективному прийнятті формальною групою основних рішень щодо правил і стимулів її роботи.

Втім, варто розуміти, що підлеглі ніколи не зможуть приймати такі ж обґрунтовані і відповідальні рішення, як і їх керівники (принаймні – хороші керівники). І справа не в тім, що виконавці менш розумні, а в тому, що вони не відчувають такої ж відповідальності і не можуть, як правило, налаштуватись думати із тією ж інтенсивністю й наполегливістю, що і керівники. Підлеглі мимовільно, але неминуче ставляться до прийняття управлінських рішень легковажно, як до гри, а тому вони здатні висувати насправді оригінальні ідеї та пропозиції, але нездатні їх серйозно обмірковувати й передбачати наслідки їх застосування. Тому остаточне рішення повинно залишатися за керівником, але водночас він має обставити справу так, щоби його підлеглі були впевнені, що вони самі прийшли до цього рішення та ухвалили його. Це вимагає від керівника психологічної тонкості та гнучкості: не нав'язуючи свою ідею і не заперечуючи прямо невірні ідеї колективу, він має навідними питаннями підвести усіх до потрібних йому рішень, які, імовірно, він розробив і знав заздалегідь, але які повинен уміти корегувати під особливості колективу, доповнюючи найбільш удалими ідеями підлеглих.

Визначення ключових термінів теми №6:

- 1. Види соціальних груп за складністю:** (1) *великі* – ті, що мають внутрішній поділ (складаються із малих), а тому зв'язки між членами групи опосередковані ставленням «своєї» малої групи до «їх» малої групи; (2) *малі* – ті, що не мають внутрішнього поділу (складаються із членів групи, що виконують розподілені у ній функції), а тому зв'язки між членами групи безпосередні;
- 2. Види соціальних груп за походженням:** (1) *формальні* – ті, що створені за наказом на основі формальних правил і складаються із членів групи, що виконують у ній посадові ролі; (2) *неформальні* – ті, що об'єдналися добровільно, на основі спільних цінностей і складаються із членів групи, що виконують у ній соціальні ролі.
- 3. Типи структури великої формальної групи:** (1) *функціональна* – складається із безпосередніх зв'язків, що зосереджені на керівнику, якому насамперед потрібно підтримувати гарні стосунки між усіма членами групи; (2) *лінійна* – складається із «піраміди» підпорядкованих ланок, зв'язки між якими опосередковані або відсутні, а тому центральному керівнику передовсім потрібно

підтримувати виконавську дисципліну (див. нижче схематичне зображення першого і другого виду структури).



4. **Види структури малої формальної групи:** (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; може бути скерована: (а) на власні інтереси кожного учасника (непотизм) або (б) на інтереси організації (патерналізм).

5. **Організаційна культура** - це система неформальних традицій поведінки формальної групи під час виконання службових обов'язків, яка «узаконує» одну з двох можливих мотивацій для старань у роботі на колектив: або щоби розраховувати на його вдячність (традиції альтруїстичної службової поведінки, вмотивованої особистою користю, що є культурою «непотизму»), або – без жодних розрахунків, задля спільної слави (традиції колективістської службової поведінки, вмотивованої прагненням успіху та слави організації, яка отримує для всіх найвищий ціннісний пріоритет, що є культурою «патерналізму»). Організаційна культура є основою напівформальної структури формальної групи.

6. **Мотивація** – це соціалізована звичка користуватись одним набором мотивів (внутрішніх або зовнішніх спонукань до дії) у схожих ситуаціях (у навчанні, в сім'ї, з друзями).

7. **Види мотивації:** (1) *егоїстична* – націлена на власні інтереси всупереч інтересам інших; (2) *альтруїстична* – націлена на інтереси інших всупереч власним; (3) *колективістська* – націлена на власні інтереси і водночас на інтереси інших (самореалізація).

8. **Рівні мотивації:** (1) *самозахисту* – звичка старатися лише для відведення безпосередньої загрози або для забезпечення себе від можливих загроз (залежить від далекоглядності); (2) *самоствердження* – звичка старатися лише для отримання визнання своїм оточенням тут і тепер або якомога більшою групою і на довший час (залежить від рівня амбіцій); (3) *самореалізації* – звичка старатися лише для реалізації власних здібностей, тобто робити те, що відповідає лише своїм схильностям або й уподобанням оточуючих (залежить від ступені гуманістичності своїх цінностей).

9. **Управління** – це процес впливу, що здійснюється призначеними керівниками на членів формальної групи з метою добитись від них тієї кількості та якості роботи, які потрібні для виконання поставлених завдань. Цей вплив має дві складові: по-перше, це **керуючий вплив**, що базується на стимулюванні робітників такими винагородами чи покараннями, які є найефективнішими для основної мотивації їх роботи, а по-друге, це **виховний вплив**, що полягає у формуванні робочого колективу, правильному налагодженні його цінностей та відносин всередині нього, а також – у стимулюванні розвитку мотивації підлеглих від нижчих рівнів до вищих.

10. **Стилі управління:** (1) *авторитарний* – використання лише наказів та негативних стимулів (покарань за невиконання), але у суворій відповідності із заздалегідь сповіщеними правилами (ефективний для індивідуальної фізичної праці); (2) *ліберальний* – використання лише похвал та винагород (позитивних стимулів за ініціативу) без будь-якої критики за помилки, але також у відповідності із заздалегідь відомими правилами (ефективний для індивідуальної розумової праці); (3) *демократичний* – використання погоджених із підлеглими правил роботи та стимулювання, за виконанням яких вони сліdkують самостійно, усім колективом (ефективний для скоординованої колективної праці, тієї, яку неможливо виконати поодиноці).

Тема 7. Неформальні групи

1. Групова динаміка.
2. Типи малих груп.
3. Соціальний контроль, конформність та девіантність.
4. Структура неформальної групи.
5. Рольові очікування та рольовий баланс в групі. Ідеологія групи.

Практичне завдання №7: Поясніть, якими діями батьків можна **сім'ю-корпорацію** зробити **сім'єю-колективом**?

Ключові терміни теми №7: *групова динаміка (роз'єднаність, згуртованість і спрацьованість), чотири типи малих неформальних груп (асоціація, дифузна група, корпорація та колектив), групові норми та цінності, колективна діяльність, асоціальні та просоціальні норми та цінності, соціальний контроль, конформність та девіантність, структура неформальної групи (соціальні ролі ділового та емоційного лідера і аутсайдера), рольові очікування, рольовий баланс, ідеологія групи.*

1. Неформальні групи, як відомо із попередньої теми, - ті, що об'єднуються добровільно, діють на основі спільних цінностей і складаються із членів групи, що виконують у ній соціальні ролі. Інакше кажучи, це всі сімейні та товариські групи, із якими люди, як правило, себе й ідентифікують. Розуміння їх структури та особливостей взаємодії важливе для правильної, а отже – ефективної побудови неформальних взаємовідносин як на роботі (чи навчанні), так і вдома. Саме неформальні взаємовідносини створюють відчуття осмисленості (або безглуздості) життя будь-якої людини та більшу частину її щастя (хоч би як його розуміти), дають сили для службових досягнень або роблять її самотньою та незадоволеною. А головне, ці відносини мають більш розгалужену структуру і більш складні, неоднозначні методи управління ними, аніж формальні відносини. Зокрема, керувати ними шляхом примусу неможливо, оскільки неформальні групи утворюються самі і тримаються разом, поки є взаємна згода та зацікавленість, а щоби стати в них лідером, треба розуміти і бути здатним на дещо більше, аніж покрикувати на інших та вишукувати у них помилки, - що лишень і вміють більшість наших сімейних і громадських «лідерів».

Отже, давайте розбиратись, у чому ж особливість неформальних груп. Як уже говорилося, у формальних групах керівник має бути «бездушним» і невблаганним у дотриманні правил (хоча якраз в них наші керівники нерідко намагаються бути «добрими» і чуйними), а от у сім'ї, навпаки, варто не командувати і вимагати, а бути лідером насправді (тобто не використовувати формальні методи управління, а завойовувати авторитет особистими якостями). Втім, неформальна група створюється не миттєво, - до її повного становлення можуть пройти роки і декілька етапів розвитку, - а тому на різних етапах необхідні різні методи досягнення лідерського статусу в ній.

Процес становлення і розвитку неформальної групи називається **груповою динамікою**, яка проходить наступні етапи: (1) **роз'єднаність** – стан тимчасової або сталої несформованості групи, при якому люди виявляють цікавість лише до всього нестандартного та непересічного, а тому лідерами найчастіше стають особи із девіантною поведінкою; (2) **згуртованість** – стан емоційної об'єднаності, при якому люди виявляють активну схильність до безкорисливої взаємодопомоги, а тому лідерами стають особи, орієнтовані на покращення взаємовідносин (емоційні лідери); (3) **спрацьованість** – стан функціональної взаємодії, при якому люди виявляють помірну взаємну емоційність (але не байдужість) і активну орієнтованість на загальну справу, а лідерами стають особи із найбільшою вираженістю цих якостей (ділові лідери).

Група не завжди проходить всі ці три етапи, деякі групи «застряють» на першому і, особливо, другому етапі, будучи не в силах підняти у своєму розвитку на етап спрацьованості, який вимагає насправді вищого рівня організованості і водночас – взаємної довіри, підтримки та розуміння. Причому навіть сім'я із найкращими, люблячими взаємовідносинами, якщо не сягає зазначеного вищого етапу, поступово деградує, можливо аж до стану роз'єднаності, оскільки емоційна об'єднаність – це дуже нестійке явище, і якщо воно не розвивається вперед, то, на жаль, розвивається у зворотньому напрямі, назад. Крім того, група може і від стану спрацьованості повернутися до згуртованості, а потім, завдяки хорошому лідеру, відновити попередній стан і розвинути його ще далі. Інакше кажучи, розвиток неформальної групи не відбувається лише в одному напрямі, а тому «ліниве» бажання задовольнитись досягнутим і «спочити на лаврах» неодмінно закінчується взаємними претензіями і розпадом групи.

Коли декілька людей без примусу, неформально знайомляться і відчувають взаємну симпатію та бажання підтримувати знайомство далі, то вони, зрозуміло, ще не становлять собою групу, але це вже перший етап її формування, - етап роз'єднаності, підчас якого люди прагнуть справити якнайкраще враження на інших, виділитись та запам'ятатись. Психологічно це пояснюється простим людським бажанням самоствердитися, доказати собі (через повагу інших), що «я чогось вартий». А з точки зору соціології, це прояв неусвідомлюваного прагнення зайняти якомога вищий статус у новонародженій групі. Відповідно лідерами у такій, слабо сформованій групі стають ті, кому вдається виділитись найсильніше: хто голосніше кричить (якщо в групі підчас знайомства складається саме такий стиль спілкування), смішно для всіх жартує (якщо саме жарти справляють найбільше враження), висловлює найбільш радикальні думки тощо. Інакше кажучи, лідером стає той, хто поводить себе найбільш девіантно (визначення цього терміну дивись нижче), тобто – незвично, цікаво, вражаюче.

Проте, чим довше група взаємодіє, тим більше виявляються справжні особисті якості кожного її члена, а тому група починає цінувати людей за їх характер, знання та уміння робити щось корисне для групи, а не за окремі вдалі спроби прикинутись дотепним, рішучим або сміливим. Це вже означає настання другого етапу групової динаміки, на якому головним об'єктивним завданням групи (до якого її члени прагнуть, хоча і не усвідомлюють його) є здружити людей, зробити їх відносини емоційно близькими та позитивними, а погляди, інтереси й поведінку – схожою та зрозумілою для всіх її членів, тобто такою, щоби це фактично були спільні погляди, спільні інтереси та спільна, групова поведінка. І звичайно, що лідерами тут стають ті, хто найкраще вміє зближувати людей та підтримувати гарні взаємовідносини, тобто так звані «емоційні лідери» (про яких мова – далі). Якщо ця неформальна група збирається лише для спілкування (дивись, наприклад, такий, описаний далі тип групи, як «асоціація»), то вона цілком може зупинитись у розвитку на етапі згуртованості, і саме така за здібностями людина буде її лідером.

Натомість, якщо спільні інтереси і, особливо, спільна діяльність групи вимагатимуть від неї більш складної взаємодії та координації, то лідером її мусить стати людина, що виконуватиме роль «ділового лідера» (про якого також – далі), а значить вміє організувати, розподілити ролі й обов'язки, створити неписані, а, можливо, і писані правила, а потім їх доповнювати і вдосконалювати по мірі необхідності (яку він сам має виявити і визначити, та поставити собі відповідне завдання, не очікуючи наказів чи порад). А отже це має бути особа, що не схильна до зайвих сентиментів та засліплюючих розум емоцій, - навпаки, вона має бути виключно розсудливою, здатною до аналізу поразок і перемог та до виведення тверезих висновків, як треба діяти далі. Відповідно, і лідер, і вся група має бути у своїй взаємодії зосереджена не на відносинах (як було на другому етапі), а на цілі діяльності групи та найефективніших засобах її досягнення. Це і буде називатись спрацьованістю.

Важко зрозуміти насправді суть перелічених абстрактних термінів, якщо не уявити собі, як це все відбувається на ділі. Візьмемо для прикладу найменшу можливу групу із двох людей протилежної статі, які щойно познайомились і виявляють взаємну симпатію. Це, на разі, етап роз'єднаності потенційної групи, а тому кожен намагається чимось «виблиснути», здивувати. І це, як правило, вдається, і не тому, що «новачкам щастить», а тому, що обидва відчувають посилену цікавість одне до одного, помічають навіть дрібні деталі і дивуються навіть цілком буденним речам. Що вже казати про спроби «пнутися із шкіри» у намаганні вразити співрозмовника, - вони приречені на успіх. А ці спроби і є девіантною поведінкою, себто такою, що порушує загальноприйняті традиції «пристойної», ввічливої розмови: висловлювання – дещо перебільшені, перепади інтонацій – більш різкі, а емоції – менш стримані, ніж звичайно.

А втім, девіантність ця – не безкінечна, вона обмежується певними нормами смаку цих людей, тобто нормами і цінностями, спільними для членів новонародженої групи. І якщо чийсь смаки різко розходяться із смаками інших, то такі люди починають віддалятися навіть на першому етапі: скажімо, якщо хлопець у розмові постійно принижує і надміру критикує усіх інших, а дівчина звикла до більш толерантного поводження, то це їй не сподобається, і далі вже щастя, якщо він це помітить і виправиться, бо інакше вона все більше відчуватиме до нього відразу. А значить девіантність – це доволі вузький простір поведінки між банальністю і несмаком. Ось чому люди так хвилюються, ідучи на перше побачення, і недарма, адже нерідко і справді «все псують». Однак насправді хвилюватися варто було би про наступні етапи групової динаміки.

Розглянемо на тому ж прикладі етап згуртованості. У відносинах мікрогрупи із двох людей він означає стан щирої відданості одне одному, готовності на будь-які поступки та бажання зробити щось приємне, підтримати емоційно, допомогти. Іншими словами, це справжня дружба або

романтична любов. І хоча це почуття взаємне, але один із двох обов'язково є більш уважним, більш чуйним і готовим до більшої відповідальності за емоційну атмосферу їх колективу. Так відбувається тому, що люди від природи не рівні за обдарованістю, в тому числі – і в емоційній сфері, а значить один стає емоційним лідером, тоді як інший (або – інші, у більших групах) дозволяє собі бути більш неухважним, емоційно нестриманим і капризним, - що обов'язково призвело би до конфліктів, якби їх не гасив у зародку лідер цієї сфери. Завдяки йому стан згуртованості триває достатньо довго для того, щоби «обрости» традиціями і поступово перетворитись на щось більше, аніж емоційна прив'язаність.

Цим «більшим» стає спрацьованість, стан, про який більшості людей відомо досить мало, хоча він вартий того, щоби про нього знали. Спостереження та експериментальні дослідження показують, що навіть найкраща психологічна сумісність та згуртованість не дозволяють людям раціонально вирішувати ділові та побутові проблеми, якщо останні потребують систематичної роботи, а не одноразового «наскоку». Так, у вирішенні найпростіших ігрових завдань подружні пари (і насамперед – молодята) демонструють надмірне співчуття та підвладність емоціям, що заважає послідовній роботі кожного з них, а ще більше – узгодженості їх дій у сумісній роботі. Тимчасом як малознайомі люди, об'єднані у такі ж парні групи, показували набагато кращі результати у тих же завданнях³⁰.

Очевидно, що відносини малознайомих людей не є зразком спрацьованості (скоріше – байдужості), а їх відносно більша ділова ефективність виявляється лише у короткочасній та невідповідальній діяльності, тоді як при довшій і серйознішій співпраці вони б неминуче пересварилися й перестали демонструвати злагодженість (і тоді б уже подружні пари їх обігнали). Отже, вихід не в тому, щоби бути байдужими, а в тому, щоби зробити емоційну прив'язаність більш організованою та раціональною. На перший погляд емоційність та раціональність виглядають цілком несумісними якостями, і саме тому люблячі люди презирливо відкидають можливість свідомо розрахувати, розподілити, а може і задокументувати їх взаємні очікування та обов'язки. Однак це наївна точка зору: щойно зникає романтична закоханість (у більшості – впродовж першого року подружнього життя, а у когось уже після «медового місяця»), то починає згасати і готовність потурати партнеру в усьому, накопичуються образи, а згуртованість «дає тріщину».

До речі, цю «тріщину» латають, як не дивно, сімейні сварки, які «підігривають» охолоджену емоційність взаємовідносин і, тим самим, зміцнюють згуртованість. Проте зловживати цим методом шкідливо: по-перше, він, як наркотик, з часом потребує все більшої дози «розігріву» та призводить до ще більшої апатії у взаємовідносинах, а по-друге, навіть якщо він діє, то завдяки йому любов перетворюється на взаємну невротичну залежність, що описується словами «і з ним, і без нього жити неможливо». Це і є прикладом того, що емоційна прив'язаність та об'єднаність – це дуже нестабільне явище, яке можна закріпити лише традиціями, тобто правилами неформальними, та формальними правилами, чітко сформульованими та записаними (для уникнення різнотлумачень). Очевидно, що ці правила не можуть бути догматичними, їх треба видозмінювати під реалії життя, знаходячи консенсус і баланс інтересів.

Але головним є те, що їх не треба соромитись чи вважати, що розсудкові правила можуть «вбити кохання», - навпаки, вбиває його їх відсутність, а значить – і неорганізованість багатьох буденних процесів, турботи за які лягають на більш сумлінного із пари (тоді як другий цього навіть не бачить і не оцінює), і зрештою ця нерівномірність розподілу втомлює, призводить до напруження у відносинах і до того, що В.Маяковський описав словами «любовная лодка разбилась о быт». І правила рятують не лише кохання, а й будь-яку форму згуртованості, адже вони переводять групову динаміку на рівень спрацьованості, на якому люди не лише добре ставляться один до одного, а ще й взаємодіють у всіх формах групового життя на рівних, демонструючи при цьому свої найкращі якості і отримуючи за це лідерські повноваження у відповідних питаннях (такий тип групи називається колективом, про що – у наступному питанні).

2. Розвиваючись, малі неформальні групи утворюють такі основні типи: (1) **асоціація** – група, об'єднана тривалим спілкуванням, але не діяльністю (внаслідок чого вона має спільні цінності, але не має структури); (2) **дифузна група** – така, що об'єднана випадковою та короткочасною колективною діяльністю (має структуру, але спільні цінності не встигають сформуватись); (3) **корпорація** – згуртована група, об'єднана асоціальними нормами та цінностями, відгородженістю від середовища

³⁰ Див. про це у статтях М.Обозова: [http://www.psychological.ru/default.aspx?s=0&p=27&0a1=696&0o1=2&0s1=0&0p1=3](http://www.psychological.ru/default.aspx?s=0&p=27&0a1=696&0o1=2&0s1=0&0p1=3;);
http://psyfactor.org/lib/happy_family.htm

та жорсткою, однолінійною структурою; (4) **колектив** – спрацьована група, об'єднана просоціальними нормами та цінностями, відкритістю та гнучкою, багатолінійною структурою.

Як бачимо, всі чотири типи малих неформальних груп визначаються за допомогою двох основних ознак – структури та цінностей групи. Групові норми та цінності, так само, як і індивідуальні, формуються шляхом соціалізації, тобто несвідомого запозичення їх у більших неформальних груп, а реалізуються у ході невимушеного та непомітного вибору групою своєї поведінки у конкретних ситуаціях. Що ж таке групові норми та цінності? Це не якісь абстрактні, «духовні» цінності на кшталт «чесності», «взаємодопомоги» тощо, і не моральні норми, які теж переважно зводяться до абстрактних повчань «не брехати» або «не кидати у біді». Найкращим синонімом для терміну «групові норми та цінності» буде слово «традиції», але мова зовсім не про звичаї, скажімо, святкувати групою день народження у найманій квартирі, - адже, по-перше, це рідкісні, нерегулярні дії, а по-друге, це цілий комплекс дій, кожна з яких виконується так або інакше в залежності від того, що справді цінує чи зневажає група.

Групові норми та цінності – це буденні, повсякчасні традиції поведінки в усіх сферах, із якими група стикається: скажімо, наскільки активно працювати у ході навчального заняття, сперечатись чи погоджуватись одне з одним, говорити голосно і з викликом або тихо і м'яко, не соромитись списування і пишатись підказуванням або, навпаки, змагатись у знаннях і соромитись потреби у допомозі. Очевидно, що для поступового формування, можна сказати – «напластування» групових норм та цінностей потрібен досить тривалий відтинок часу, впродовж якого група має стихійно, тобто ненавмисно виробити певну манеру поведінки й непомітно для себе узгодити те, за що її члени хвалять і за що зневажають одне одного. Ось чому в дифузній групі, наприклад, у випадково зібраній футбольній команді із малознайомих гравців, спільні норми та цінності не встигають скластися, адже існує така група недовго.

Натомість у тій же дифузній групі обов'язково є структура (розподіл ролей). Про неї мова ітиме в четвертому питанні, а зараз досить лише сказати, що виникає вона в умовах **колективної діяльності**, тобто спільної роботи, яку неможливо виконати поодиночі. Скажімо, грати одному проти футбольної команди і неможливо, і безглуздо; та й у багатьох інших видах роботи потрібно, щоби один тримав, другий подавав, третій скріплював тощо. Це і є колективна діяльність, тоді як не може нею вважатися робота, що здійснюється поряд із іншими, але окремо і для себе. Отже, колективну роботу не виконують, наприклад, старушки на лавочці, які сидять групою і просто розмовляють, не прагнучи цим досягти жодної спільної цілі. У такому проведенні часу є певний колективізм, і якщо вони чинять так досить довго й одним складом, то у них, як і в студентській групі, утворюються спільні норми та цінності, тобто традиції говорити голосно або тихо, обговорювати все у спорах чи у підтакуваннях, критикувати перехожих або посміюватися з них.

Але колективна діяльність – це дещо інше. Якби, припустимо, тим же студентам довелося не просто сидіти пліч-о-пліч і подеколи переговорюватись, а розписати великий за обсягом сценарій спільного виступу, причому обмаль часу змушував робити це разом, то ролі б у групі розподілилися швидко: один би «кидав» ідеї, другий – «відфільтровував» нездійснені, інші би їх доводили до сценарного вигляду, а хтось би ще й підтримував гарний настрій і робочу атмосферу (емоційний лідер). І це була б уже структура групи, але, як бачимо, виникла би вона не через вільне, нескероване спілкування, а через конкретну ціль, яку неможливо було досягти поодиночі. Втім, якби у групі не знайшлося людини, здатної розподілити ролі та скоординувати роботу (не дозволяючи усім лише критикувати або лише висувати ідеї), а значить – стати діловим лідером, або ніхто не взяв би на себе функції лідера емоційного чи не було іще якихось ролей, то така група напевно не справилася б із завданням, так і залишившись асоціацією, а не дифузною групою.

Інакше кажучи, щоби виконувати справді колективну роботу, обов'язково має відбутися розподіл основних ролей і правильне їх виконання придатними для цього членами групи, тобто – формування структури. А щоби група могла триматися разом достатньо довго, не конфліктуючи і, навпаки, розуміючи одне одного із півслова, у ній мають сформуватися спільні норми та цінності. І перші два типи малих неформальних груп мають або одне, або інше, - бо це групи, які ще насправді не сформувалися. Натомість цілком сформованими є два останні типи групи (із тих, що ми вивчаємо), оскільки в них є і структура, і традиції. Проте слід зауважити, що і структура, і традиції у них абсолютно різні. Корпорація – це група, що має **асоціальні норми та цінності**, тобто помітно не такі, як у її оточення (у більшої неформальної групи, до якої вона належить), а отже вона виділяється своїми манерами, що, як правило, не схвалюється людьми, якими б «лібералами» чи «демократами» вони не були.

Власне, «не схвалюється» – це м'яко сказано, адже насправді люди активно не люблять тих, хто виділяється, і протидіють ним усіма наявними засобами, починаючи від тихого бойкоту і закінчуючи навмисним чиненням перешкод у діловій та побутовій діяльності «білих ворон». У такому, науково сформульованому вигляді ця протидія може здаватись чимось дивним і диким, але на ділі вона є звичайним явищем, із яким ми стикаємось на кожному кроці і яке виконує цілком позитивну функцію (що зрозуміло для всіх, хто читав попередні теми). Цією функцією є соціальний контроль, тобто покарання всією групою тих, хто порушує її традиції (і заохочення тих, хто додержується), навіть якщо ці традиції не надто хороші та розумні. Без такого негласного, але дружнього контролю спільні норми та цінності швидко би розпадалися під дією індивідуальних егоїзмів, а відтак – жодні неформальні групи не склалися (ми будемо вчити цей стан суспільства у наступній темі під назвою «соціальна атомізація»).

Боячись соціального контролю свого середовища, але не бажаючи полишати несхвалювані ним традиції поведінки, члени корпорації неминуче схиляються до певної відгородженості від тих, хто їх засуджує, тобто до традицій «не виносити сміття із хати», не ділитись із «зовнішніми» інформацією про неортодоксальні особливості своєї поведінки і навіть прямо протиставляти себе і «їх», аж до так званої «подвійної моралі» та кругової поруки: мовляв, «своїх» треба завжди захищати проти чужих, що би вони не зробили (тоді як чужим би цього не вибачили). Зазвичай мова йде не про мафіозний закон «омерти» (хоча мафіозна сім'я – це теж корпорація), а про щось менш радикальне та жорстке, але суть від того не змінюється. А вже сам факт приховування деяких своїх манер породжує і більш сувору, ніж у решти, дисципліну групи і більшу централізацію верховенства у ній.

А в колективі прямо протилежна логіка побудови та функціонування: його **норми та цінності – просоціальні**, тобто такі, як у всіх інших (і насамперед – у більшій неформальній групі, до якої він належить), а отже йому не доводиться приховувати свої манери поведінки і немає потреби у необговорюваній, беззаперечній дисципліні та єдиноначалії. Втім, колектив – це не просто вищий рівень розвитку малої неформальної групи, це ще й рідкісне на ділі поєднання згуртованості й спрацьованості, розвинутих, мудрих традицій та найкращого виконання всіх групових ролей, багатолінійної і водночас стабільної структури (про яку – у четвертому питанні даної теми).

Що треба перш за все уяснити у цьому питанні – це те, що ми говоримо про типи *неформальних* груп, а тому схожість їх назв із найменуванням якихось формальних організацій не повинна нікого плутати. Юридичні чи економічні суб'єкти на кшталт «Соціологічної асоціації України» чи «Корпорації Майкрософт» не мають безпосереднього відношення до термінів, які ми вивчаємо. У того ж слова «асоціація» є безліч різних визначень у психології, хімії, програмуванні та інших науках, які із соціологічним сенсом цього терміну ніяк не пов'язані, адже це, фактично, омоніми – слова, що однаково пишуться, але мають різне значення. А ще більш уважним треба бути із поняттям «колектив», яке навіть у нашій науці використовується двояко: і як синонім слова «група» (тобто будь-яка група взагалі), і як назва одного з типів малої неформальної групи.

Розглядати зазначені типи, як відомо, потрібно на прикладах товариських або сімейних груп, тож давайте так і зробимо. Звичайна сім'я, що складається не більш як із двох поколінь (інакше вона буде великою групою), може бути зразком кожного із вивчених чотирьох типів. Так, асоціацією є сім'я на початковому етапі свого формування (коли переважають «розмовні», а не ділові стосунки) та на прикрому етапі взаємного збайдужіння (коли подружжя нічого разом не роблять). Цікаво, що навіть сім'я, члени якої непримиренно ворогують, після тривалого часу, проведеного разом демонструє однаковість смаків, манер мовлення та дії, причому демонструє це і під час нищівної взаємної критики. Тобто люди досить легко виробляють спільні норми та цінності, і чим довше вони засвоюються, тим важче їх позбутись. Саме тому, як писав А. де Токвіль, «легше воювати із попередниками, аніж нічим їх не нагадувати». А от після «медового місяця», коли повсякденні побутові проблеми виходять на перший план, у сім'ї обов'язково повинна скластися ролева структура відносин, яка вже і перетворює її на корпорацію або колектив.

Можна уявити собі й інший сценарій розвитку відносин: якщо малознайомі і цілком байдужі навзаєм люди долають разом неабиякі труднощі, то між ними не тільки відбувається розподіл ролей, але й починають теплішати стосунки, перетворюючись, зрештою, на сімейні (такими сюжетами рясніє світовий кінематограф). Не відомо, чи проводились такі розрахунки, але, мабуть, не дарма вважається, що стосунки, перевірені спільними труднощами (тобто – колективною діяльністю), є більш тривкими та надійними. І це зрозуміло: саме в таких обставинах формується структура групи, яка і робить спільноту сталою та добре скоординованою системою. А вже цінності формуються у

подібній системі самі собою, після чого ця, дифузна на перших порах група стає корпорацією або колективом.

У чому ж відмінність двох останніх типів? Насамперед – у співпадінні або розходженні їх норм та цінностей із оточенням. Тут треба пояснити, що цінності – це як повітря, що є спільним для всіх і, вільно переміщуючись, є майже однаковим у різних куточках даної екосистеми. Це виявляється у тому, що цінності, які здаються чимось суцільно внутрішнім і особистим, насправді є однаковими для всіх людей, і якщо змінюються, то, знов-таки, у всіх водночас. Цей процес називається соціалізацією, і стосується він не лише формування особистості, але й формування групи. Адже саме цінності згуртовують групу (тоді як структура лише закріплює наявну єдність), а значить вона формується завдяки виробленню спільних традицій. І хоча іноді здається, що ці традиції виникають самі собою, випадково і без зв'язку із оточенням, але на ділі вони запозичуються, - просто ця соціалізація відбувається несвідомо і непомітно.

Групові цінності запозичуються від більшої неформальної групи, до складу якої входить новонароджена менша. Уявімо навчальну студентську групу, що складається із декількох товариських малих груп. В одну малу групу можуть гуртуватися «прогульники»-двієчники, які рідко відвідують заняття, вчать в останній момент і дуже пишуться тим, що в нашій навчальній системі їм це вдається, а тому всіх інакших вони презирливо називають «заучками». В іншу мікрогрупу, імовірно, єднаються якраз ті самі «заучки»-відмінники, а решта академічної групи (середніх за результатами осіб, як правило, більшість) розподіляється на ще кілька малих груп за інтересами. Всі ці групки цілком різні, а деякі, схоже, зовсім протилежні за своїми цінностями, то як же вони можуть запозичити їх від одної неформальної групи, до якої вони входять? І що ж це за група?

Насамперед, великою неформальною групою, до складу якої входять всі ці малі групки є, найшвидше, неофіційна спільнота викладачів, співробітників та студентів даного факультету. У кожного факультету – свої неформальні традиції, і вони, знов-таки, стосуються не проведення якихось свят, але - буденних звичок працювати старанно чи трохи ліниво, чесно або хитро, безжалісно чи, навпаки, поблажливо вимагати від студентів, заохочувати принижену й підлабузницьку поведінку або самостійну і творчу, вирішувати проблеми за правилами чи в обхід них. І всі ці неписані традиції переймаються студентами без будь-яких пояснень і перевірок засвоєння, так що вже після одного-двох місяців на першому курсі академічні групи різних факультетів відрізняються цілком відчутно і водночас стають дуже схожими на інші групи даного факультету. Ось чому двієчники, хоча і ворогують із відмінниками, і цінують, нібито, абсолютно різні речі, але насправді є такими ж «перекладачами», «економістами» або «медиками» за стилем мислення, способом досягнення цілей, рівнем чесності і старанності тощо.

Виходить, від великої неформальної групи мала запозичує найфундаментальніші норми та цінності, що стосуються принципів ставлення до питань, із якими люди стикаються у повсякденному житті (в даному випадку – у навчанні). А потім кожна мала група, відповідно до специфіки інтересів, які її об'єднали, виробляє свої власні цінності, котрі можуть видаватися абсолютно несхожими із сусідськими, хоча насправді ця несхожість стосується другорядних питань, значення яких студенти явно перебільшують. Наприклад, питання - досягати якомога вищих оцінок чи намагатись лише уникати двійок і перездач (а значить, бути «заучкою» чи «прогульником») – це, з точки зору подальшого, дорослого життя, питання доволі пусте, адже від нього не залежить, яких успіхів випускник доб'ється у практичній діяльності. А от якими шляхами він буде досягати успіху, - наскільки чесними, старанними, хитрими тощо, - це важливо і для суспільства, і для нього самого, а найголовніше те, що ці «шляхи», ці принципи ставлення, а точніше – цінності випускник якраз і перейняв у великої неформальної групи факультету, на якому він вчився.

Афоризм Макса фон Лауе: «Освіта – це те, що залишається у голові, коли все заучене забулося», - фактично говорить про цінності, які студент переймає у навчального закладу і які стають його визначальною рисою у подальшому житті, на відміну від «профільних» знань, якими студенти так пишуться, хоча вони миттєво застарівають, забуваються, а нерідко – і не відповідають тому, чим випускник займається на ділі. Засвоєння факультетських цінностей власне і робить випускника так званим «технократом», якому не варто довіряти владу над людьми, чи «гуманітарієм», який не вміє мислити і працювати систематично. Низька значимість навчальних оцінок і «профільних» знань для успіхів у професійній діяльності неодноразово була доведена соціологією та статистикою (і результати цих досліджень знайти неважко), а тому при організації навчання важливіше зосередитись не на кількості інформації, що передається студентам, а на організаційній культурі факультету, на створенні в ньому творчої інтелектуальної атмосфери та відповідних цінностей.

А втім, останню думку навряд чи легко сприймуть керівники вищої освіти, так само, як і студенти, а тому й не будемо на ній зосереджуватись. Ми прийшли до висновку, що групові цінності запозичуються малою неформальною групою у більшої, а ще слід додати, що це процес взаємний і безперервний: цінності потроху змінюються, і відбувається це спочатку в малих групах, а далі поширюється на великі. В результаті такого взаємообміну ми постійно бачимо навколо себе людей із схожими манерами, а раз так, то вважаємо ці манери абсолютно правильними, розумними та красивими, і, натомість, не любимо людей, що не поділяють наші оцінки, а тим більше – виявляють це в поведінці, що не схожа на нашу. І хоча люди можуть не знати, що це називається соціальним контролем, але вони чітко розуміють, що бути не таким, як інші – соромно й небезпечно, а тому будь-які свої відмінності від загальноприйнятого і схвалюваного у даному середовищі зразка поведінки вони намагаються не виказувати на людях, приховувати.

А це вже, фактично, ознака корпорації – відгородженість від середовища через наявність асоціальних норм та цінностей. Подібні норми та цінності можуть і не бути надто жакливими й ганебними, але люди не хочуть виділятися, приховуючи навіть доволі невинні особливості поведінки. То що вже казати про такі асоціальні традиції, як сімейний деспотизм, побиття, знущання, сварки тощо. Щоби «не виносити сміття із хати», хтось із сім'ї починає одноосібно наглядати за тим, як інші ведуть себе на людях і вдома, і роздавати вказівки; причому єдиним лідером він стає відразу в усіх питаннях і сферах сімейного життя. Саме це і називається однолінійною структурою, тоді як її жорсткість означає необговорюваність і беззаперечність його лідерства (яке вже й почасти перестає бути справді лідерством, перетворюючись на узурпацію та самодержавство). Всі ці риси притаманні злочинним групам-корпораціям, але, як бачимо, і цілком пересічні, законслухняні родини можуть відноситися до цього типу.

Натомість колектив як тип малої неформальної групи визначається не лише тим, що його традиції та прагнення цілком схвалювані оточенням, іще важливіше те, що в ньому вдалося створити багатолінійну структуру, тобто таку, де лідерів може бути багато і лідером може бути кожен. Більше того, ця група як система «запрограмована» на те, аби дати кожному члену можливість виявити лідерські якості і посприяти зайняттю найвищого статусу хоч у якійсь сфері. Причому новий лідер може і лишитися цього статусу, якщо хтось краще виконуватиме цю роль, але так само легко може й повернути його або стати лідером в іншій сфері, - адже ніхто не пишається «владою» і не стидається її втрати (як буває там, де отримати владу нелегко, тобто – в корпорації). Ця змінність і взаємозамінність статусів у групі якраз і називається гнучкістю її структури. На жаль, колектив – досить рідкісне явище, оскільки на практиці не кожна людина психологічно готова бути лідером, навіть якщо їй дають таку можливість, - особливо після років репресивного виховання, дуже поширеного в нашій країні, причому не тільки по відношенню до дітей, але й до підлеглих.

3. Соціальний контроль – це активне неформальне відслідковування й санкціонування групою процесу дотримання її традицій (норм та цінностей) кожним її членом. «Неформальне» в даному випадку означає ніким не організоване й не примушоване слідкування всіма і кожним за груповими стандартами «пристойності», тобто за тим, щоби ніхто не «нахабнів» і не робив того, що усі зневажають. «Активне» означає, що члени групи не просто мовчки засуджують порушника традицій, але обов'язково вживають каральних заходів щодо нього, - таких заходів, які відповідають їх традиціям та тяжкості порушення; крім того, вони активно придивляються й помічають будь-які «неправильні» дії та, не шкодуючи сил і часу, повідомляють про них решті групи.

Це відбувається тому, що будь-яка спільнота не любить тих членів, хто явно виділяється з-поміж інших, а коли у сформованій групі виробляються однакові - навіть у деталях - манери поведінки (традиції), то ця «нелюбов» стає у ній загальною, обов'язковою і безсумнівною, перетворюючись із пасивного глухого незадоволення у невідворотній соціальний контроль. І не брати в ньому участь означає наражати себе на загрозу обернути його проти себе. Тобто чим кріпші традиції спільноти, тим більш деспотичним стає соціальний контроль, але люди цього, як правило, не помічають, свято вірячи, що правильно говорити і робити так, як усі, носити такий самий одяг і прагнути до того ж, що й інші, а всі, хто відрізняються від цього хоч у якомусь пункті, є відсталими й жалюгідними. Над цією вірою можна сміятися, коли дивишся на неї зі сторони, але їй важко не піддатися (у моді, у манері мовлення, в оцінках і ставленнях), коли сам є членом спаяної, міцної групи.

Така підпорядкованість нормам і цінностям групи та її соціальному контролю називається інакше конформністю, тобто готовністю не виділятися і не дозволяти це іншим. Наявність

соціального контролю, а він, нагадаємо, виникає разом із утвердженням у групі основних норм і цінностей, приводить до того, що конформними за своєю поведінкою стають майже всі члени групи. І якщо на початку формування групи соціальний контроль використовується до порушників порівняно часто, то згодом їх число зводиться до нуля і у використанні соціального контролю починають переважати позитивні санкції, тобто колективні похвали і вирази підтримки до тих, хто у своїх діях найкраще виявив цінності у групі якості. Тому члени групи уже не стільки бояться покарання, скільки прагнуть до заохочення, а порушувати негласні правила їм уже і в голову не приходить.

Втім, порушення традицій все таки трапляються, і така поведінка називається девіантною. Тобто **девіантність** – це поведінка, що помітно відхиляється від групових традицій і отримує негативну санкцію групи, тоді як **конформність** є поведінкою, що повністю відповідає груповим нормам та цінностям і тому отримує позитивну санкцію групи. Однак не все так просто: порушення, відхилення, девіації потрібні (як це не дивно) у будь-якій системі, адже вони забезпечують її пристосувальну змінюваність, її еволюцію, а отже – і виживання у мінливому світі. Тому в кожній сформованій групі девіантна поведінка безумовно дозволена діловому лідеру (що зрозуміло, адже саме він, за визначенням, має надавати усім зразки поведінки, зокрема і поведінки нової, що потрібна для розвитку групи) та аутсайдеру (на якого всі «махнули рукою» і не карають за його витівки).

Як бачимо, девіантна поведінка є обов'язковою для лідера й очікуваною від нього. Зрозуміло, що лідером він стає не через неї, але стати повноцінним, беззаперечним лідером він може, тільки якщо його дії почасти відхиляються від прийнятого у групі. Більшість відомих у світі харизматичних лідерів (саме неформальних лідерів, вожаків) запам'ятовуються і приваблюють до себе своєю нестандартністю, вмінням порушувати канони, залишаючись у межах пристойності. Інакше кажучи, їх девіантність не безмежна, це не анархізм і хуліганство, - але і не запнута на всі гудзики «добропорядність». Межу припустимого і навіть необхідного для вожака відхилення визначити наперед неможливо, це треба внутрішньо відчувати, аби не впасти у жодну крайність, - адже ті новації, що спершу він собі дозволяє, а далі вони стають модними, створюють у групі більш розумні й толерантні традиції (що може перетворити її на колектив) або, навпаки, призводять до огрубіння звичаїв і відносин у групі (і тоді вона деградує до корпорації, асоціації чи дифузної групи).

А от для того, щоби насмілитись порушити групові звичаї, потрібен не лише статус лідера, але й певна внутрішня свобода: відсутність боязні бути засудженим або осміяним і водночас відсутність бажання сподобатись іншим своєю нібито незалежністю від їх оцінок, - адже людям не подобається ні байдужість до їх думки (а тим більше – фальшива бравада цим), ні покірність щодо неї. Відтак і виходить, що справжні лідери (яких у будь-якому суспільстві не більше 1,5% - 2,5%) у своїх діях не орієнтуються ні на кого і роблять лише те, у що вірять, а тому і здатні на кроки, до яких інші не додумаються (і це позитивна для групи девіантність), тоді як фальшиві лідери лише оригіналізують для набуття авторитету, а після цього насолоджуються можливістю покомандувати (така девіантність морально розкладає групу, надихаючи на цинічну й підлу боротьбу за владу). Натомість і конформність не є проявом ганебної слабкості чи боягузтва, адже без неї були би неможливі жодні людські спільноти.

4. Структура малої неформальної групи – це збалансований набір соціальних ролей, необхідних для стабільного її існування як соціальної системи, побудованої на основі спільних інтересів та цінностей. Структура малої неформальної групи складається із таких основних ролей: (1) **діловий лідер** – особа, визнана найкращою за найважливішими цінностями групи; має беззаперечне право наказувати й карати; (2) **емоційний лідер** – член групи, що найкраще вміє підтримувати взаємовідносини і завдяки цьому забезпечує в ній стійку позитивну морально-психологічну атмосферу; (3) **аутсайдер** – особа, визнана найгіршою за найважливішими цінностями групи; критикує або смішить усіх. Насправді в різних за родом діяльності, масштабом і типом 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.

Всі ці ролі взаємозамінні, тобто особа, що була діловим лідером в одній ситуації, може бути емоційним лідером або, навіть, аутсайдером в іншій. Однак після більш-менш тривалого досвіду колективної діяльності (а структура, нагадаємо, виникає у групі саме завдяки ній) стихійно визначаються особи, що найчастіше вдало справляються із даними ролями, і саме їм група несвідомо «доручає» виконувати ці ролі на постійній основі. Останнім не залишається нічого іншого (крім, хіба

що, залишення групи), як прийняти ці ролі, тим більше, що виконання їх надає і певні привілеї, і відчуття своєї потрібності. А от якщо хтось виконує свою роль погано (за браком мотивації чи достатніх здібностей) або взагалі не виконує (через те, що група склалася не повністю або хтось відсутній фізично), то група відразу це відчуває: вона стає нездатною працювати без конфліктів (при відсутності емоційного лідера) або долати найменші труднощі і вирішувати нові завдання (при відсутності ділового лідера), або розуміти, де є межа достойної поведінки (при відсутності аутсайдера).

Питання здібностей і міри придатності до виконання конкретної ролі виходить за рамки соціології, але сам факт відмінності людей у цьому питанні може і повинен розглядатися у нашій науці. Очевидно, що зовсім не кожен може впоратися із роллю ділового лідера, більше того, за деякими розрахунками питома вага повноцінних лідерів у будь-якому суспільстві складає 1,5% - 2,5% природжених лідерів і ще до 3% ситуативних лідерів. Це означає, що приблизно один із двадцяти людей здатен, за певних умов, виконати роль ділового лідера, тоді як всі інші, опинившись у цій ролі, здатні лише «зловживати владою», тобто використовувати цей статус для власного честолюбства або вигоди, не виконуючи при цьому організаційно-управлінської функції і, тим самим, морально розкладаючи групу. Можна згадати відомий експеримент Ф.Д.Горбова, у якому він за допомогою гомеостатичної методики виявив два типи лідерів.

Експериментальне завдання випадково зібраній групі із трьох-чотирьох чоловік полягало у необхідності одночасно і швидко виставити свої електровимірювальні прилади якомога ближче до «нуля», що було важко, адже прилади були поєднані і досягнення цієї позначки одним учасником відразу ж відхиляло стрілки приладів у інших. У кожній такій групі не було призначеного керівника, але рано чи пізно хтось обов'язково починав керувати процесом, оскільки його неефективність без координації зусиль була цілком очевидною. Тут, власне, і виявлялись два варіанти поведінки цих ситуативних лідерів: переважна їх частина починала покрикувати і ляяти співучасників, вимагаючи від них перестати регулювати свої прилади, поки він не виставить свій; але після того, як йому це вдавалося, їхні намагання досягти того же зводили нанівець його успіх, і далі суперечки починались наново. Зрозуміло, що ця тактика давала найгірші результати, адже люди, що взялися керувати, були псевдо-лідерами, які не змогли підпорядкувати своє роздратування і свої амбіції головній, колективній меті.

І лише невелика частина «самопризначених» керівників (не більше тих самих 5%) зуміли, по-перше, виважено розібратись у причинах невдач і знайти вихід, а по-друге, не йдучи на повідку у загальних настроїв, спокійно й без окриків дозволити решті одноклассників виставити свої прилади на «нуль», а потім уже почати регулювати свій (що легше, ніж три водночас), синхронізуючи свої показники з іншими. Ця тактика приводила до успіху швидко і без зайвих зусиль та нервувань³¹. Якраз тому, що діловий лідер у сім'ї нерідко відноситься до першого типу – «фальшивих» вождів, методи виховання у ній виявляються репресивними, а психологічна атмосфера – тиранічною й пригніченою (хоча лідер розуміє, що це прояви несхвалюваних, асоціальних цінностей), що, відтак, створює однолінійну структуру групи, в якій нікому не дають сперечатись із вищестатусними членами, а отже – і змінювати свій статус.

Більше того, в корпорації (як типі групи) найчастіше діловий лідер переймає на себе функції й емоційного лідера, тобто не лише карає, але й жаліє, вдаючись, переважно, до методів психологічного маніпулювання і підкорення собі інших. Дуже детальний і психологічно точний приклад того, як це робиться можна прочитати в книзі М.Пьюзо «Хрещений батько», що описує звичай сицилійської мафії у США. Втім, можна побачити це і в українських сім'ях, коли, наприклад, її «голова» не дозволяє другому із подружжя пожаліти покарану ним дитину, щоби, мовляв, не зраджувати солідарність вихователів, а потім купляє дитині якусь іграшку, щоби асоціювати радість дарунка виключно із собою (за цією же схемою створювався, до речі, і «культ особи» І.Сталіна).

Насправді ж карати і жаліти повинні різні люди, адже прийняття рішень діловим лідером має бути раціональним і, тому, несхильним до жалості, а підтримувати взаємовідносини у групі має особа, яка не віддавала накази і не карала за їх невиконання, а тому може щиро співчувати. Між іншим, для того, щоби щиро співчувати і щоби іншому стало легше після цих співчуттів, також потрібні здібності, що є не в кожного. А емоційний лідер повинен, до того ж, уміти розвеселити,

³¹ Див. про це у статті: Нерсисян Л.С. Методические подходы к решению проблемы психологической совместимости//Педагогическое образование и наука. №7, 2011, с.12-13. - Режим доступа: http://www.manpo.ru/manpo/publications/ped_obraz/n2011_07.pdf

підтримати загальне спілкування, примирити людей, розділити будь-які їх емоції, бути «душею компанії» і не давати їй настроям спуститися нижче певного рівня. Можна додати, що і аутсайдер в ідеалі не має бути приниженим об'єктом глузувань і «блазнем» або всім незадоволеним критиком, оскільки ставши лідером хоч у чомусь, він психологічно зносить своє відставання в чомусь іншому спокійно і з гідністю.

5. Слід нагадати, що будь-яка мала група є елементом якоїсь більшої і виконує в ній певну функцію. Як ми вже вияснили, групка двієчників може виконувати у навчальній групі функцію негативного прикладу поведінки, яку іншим учням не слід собі дозволяти (якщо цих двієчників небагато і вони справді виконують функцію аутсайдерів, а не «законодавців моди»). Відповідно до цієї функції малої групи (як елемента більшої системи) формуються її групові норми та цінності, які, у свою чергу, визначають **рольові очікування**, тобто особливості поведінки, що передбачені груповою традицією для кожної ролі. Зазначені соціальні ролі автоматично розподіляються (а при відсутності основних виконавців – перерозподіляються) у групі, чим і підтримується її **рольовий баланс**, тобто наявність і правильне виконання всіх основних ролей, що потрібні для даного типу групи, або, інакше кажучи, стан рівноваги між діловитістю й легковажністю групи, емоційною жвавістю та контрольованістю.

Рольовий баланс у корпорації підтримується монополізацією всіх основних ролей єдиним лідером цієї групи, який, до того ж, не дозволяє порушувати незмінність її структури. Однак така структура легко піддається руйнуванню, якщо лідер втрачає владу або вибуває з групи фізично. Натомість у колективі рольовий баланс забезпечується динамічною змінністю структури, тобто взаємозамінністю її ролей, і це дозволяє легко вводити у групу нових членів та давати по-новому розкриватись старим. Якраз цей процес інтеграції в групу нових членів та соціалізації ними групових норм та цінностей полегшується та впорядковується **ідеологією групи**, яка є сукупністю «історій», що ілюструють найважливіші зразки конформної та девіантної поведінки, шанованої та зневажуваної в даній групі.

Ці історії, як правило, трапились із членами групи насправді, але в переказі вони «обросли» далекими від істини подробицями і, навпаки, позбулись якихось подробиць, що мали місце, і все це заради того, щоби вивести певну «мораль» із даної притчі: як треба і як не треба себе вести. Саме тому ці історії і називаються «міфами». Але ці міфи, навантажені емоційним підкреслюванням позитивних і негативних взірців, дають змогу передати у словесній, розповідній формі основні норми та цінності групи, які, нагадаємо, існують і соціалізуються у несвідомій формі, а значить повідомити їх новачкам, сформулювавши у вигляді правил важко і навіть неможливо; до того ж, таке навчання було би неефективним, як не є ефективним виховання патріотизму шляхом заучування й декларування клятв і обіцянок любити Вітчизну. Тоді як ці повчальні історії справляють потрібне враження і мають цілком достатній ефект.

Очевидно, що, наприклад, у групах двієчників і відмінників цінності відрізняються, а значить і лідером в одній може бути той, хто в іншій був би аутсайдером. І поводитись у якості лідера доводиться по-різному в кожній із цих груп. І якщо викладач приходить у групу, де головують двієчники, і намагається їх зацікавити, то стикається із насмішками і зневагою. Якщо це змушує його вдатися до жорстких засобів наведення порядку, криків, загроз, помсти, то, як не дивно, його самого і його предмет починають поважати, а дисципліна і якість роботи покращується, оскільки він, фактично, стає для них лідером. Однак якщо ці ж методи він застосує до відмінників, то у них це відіб'є мотивацію до навчання, а значить і погіршить його результати.

І це не тому, що в першій групі учні є настільки примітивними людьми, - примітивною є система норм і цінностей даної групи, а відтак і система рольових очікувань та наявної поведінки в групі. Це ще раз підтверджує закон, що система є чимось більшим і іншим, аніж сума її елементів, адже сам по собі кожен член групи двієчників може бути недурним та несхильним до прогулів і хуліганства, але інтегрувавшись (в силу того, наприклад, що в інших групах його не прийняли) у цю групу, кожен починає вести себе по принципу «з ким поведешся, від того і наберешся», тобто давня і сильна традиція починає домінувати над особистістю всіх, на кому висить «тавро» членства у цій групі, а функція групи у більшій системі наперед визначає ставлення до неї усіх інших груп і викладачів.

Визначення ключових термінів теми №7:

1. **Групова динаміка:** (1) *роз'єднаність* – стан тимчасової або сталої несформованості групи, при якому люди виявляють цікавість лише до всього нестандартного, а тому лідерами стають особи із

девіантною поведінкою; (2) *згуртованість* – стан емоційної об'єднаності, при якому люди виявляють активну схильність до взаємодопомоги, а тому лідерами стають особи, орієнтовані на покращення взаємовідносин (емоційні лідери); (3) *спрацьованість* – стан функціональної взаємодії, при якому люди виявляють помірну взаємну емоційність (але не байдужість) і активну орієнтованість на загальну справу, а лідерами стають особи із найбільшою вираженістю цих якостей (ділові лідери).

2. **Типи малих неформальних груп:** (1) *асоціація* – група, об'єднана тривалим спілкуванням, але не діяльністю (має спільні цінності, але не має структури); (2) *дифузна група* – група, об'єднана випадковою та короткочасною **колективною діяльністю**, тобто спільною роботою, яку неможливо виконати поодиночі (така група має структуру, але спільні цінності не встигають сформуватись); (3) *корпорація* – згуртована група, об'єднана асоціальними (не такими, як у всіх) нормами та цінностями, відгородженістю від середовища та жорсткою, однолінійною структурою; (4) *колектив* – спрацьована група, об'єднана просоціальними (такими, як у всіх) нормами та цінностями, відкритістю та гнучкою, багатолінійною структурою.

3. **Соціальний контроль** – активне відслідковування і санкціонування групою процесу дотримання її традицій (норм та цінностей) кожним її членом.

4. **Групові норми та цінності** – це буденні, повсякчасні традиції поведінки в усіх сферах, із якими група стикається.

5. **Конформність** – поведінка, що повністю відповідає груповим нормам та цінностям (і отримує позитивну санкцію групи).

6. **Девіантність** – поведінка, що помітно відхиляється від групових традицій (і отримує негативну санкцію групи, крім винятків ділового лідера та аутсайдера).

7. **Структура малої неформальної групи** – це збалансований набір соціальних ролей, необхідний групі для виконання її функції як елемента ще більшої системи (великої соціальної групи). Ця функція визначає групові норми та цінності, які, у свою чергу, визначають особливості поведінки, приписані кожній ролі (**рольові очікування**), що автоматично розподіляються (а при відсутності основних виконавців – перерозподіляються) у групі, чим і підтримується її **рольовий баланс**, тобто наявність і правильне виконання всіх основних ролей, що потрібні для даного типу групи.

8. **Структура малої неформальної групи** складається із таких основних ролей: (1) *діловий лідер* – особа, визнана найкращою за найважливішими цінностями групи; має беззаперечне право наказувати й карати; (2) *емоційний лідер* – член групи, що найкраще вміє підтримувати взаємовідносини в ній і завдяки цьому забезпечує в ній стійку позитивну морально-психологічну атмосферу; (3) *аутсайдер* – особа, визнана найгіршою за найважливішими цінностями групи; критикує або смішить усіх.

9. **Ідеологія групи** – сукупність міфів, що ілюструють найважливіші зразки конформної та девіантної поведінки в даній групі і, тим самим, передають у словесній формі її основні норми та цінності.

Тема 8. Соціальна структура

1. Структура суспільства та соціальна атомізація.
2. Види об'єднувальних зв'язків та види нерівності.
3. Класова та стратифікаційна теорія і межі їх використання.
4. Соціальна стратифікація та її види.
5. Залежність поведінки від домінуючого виду стратифікації.

Практичне завдання №8: Наскільки старанно і чому саме так буде вчитися та які оцінки і завдяки чому буде отримувати студент СумДУ, якщо в нього домінує **економічна стратифікація**, якщо **політична** і якщо **професійна**. Обґрунтуйте це.

Ключові терміни теми №8: *структура суспільства, соціальної атомізації, об'єднувальні зв'язки у суспільстві, види соціальної нерівності, класова теорія, теорія соціальної стратифікації, види соціальної стратифікації: економічна, політична, професійна.*

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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. 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 схиляється, якщо їй 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 окремих кабінетик і вивіску на дверях, можливість до чогось примусити відвідувачів і цим підняти 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.

Визначення ключових термінів теми №8:

- 1. Структура суспільства** – це організована мережа об'єднувальних зв'язків між великими соціальними групами (стратами та націями), яка робить суспільство цілісною і стійкою системою.
Соціальна атомізація – розклад суспільства в умовах крайньої соціальної кризи, коли навіть малі групи та їх цінності перестають бути значущими для більшості людей, які, тим самим, не підпорядковуються дії ніякого соціального контролю, що – у свою чергу – виявляється у відсутності почуття сорому перед кимось.
- 2. 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 одної соціальної страти (їх міцність базується на спільних традиціях і стандартах життя, характерних для індустріальної, капіталістичної епохи).
- 3. Види соціальної нерівності:** (1) *касти* – системна (законодавчо і культурно закріплена) нерівність можливостей і результатів, що взагалі не залишає людині права вибору соціального статусу;
3) *уніфікація* – безсистемна (ідеологічно засуджена і майже не використовувана) нерівність можливостей заради рівності результатів, що сильно обмежує соціальну мобільність;
4) *стратифікація* - рівність можливостей при нерівності результатів, що потребує соціальну мобільність і сприяє їй законодавчо і культурно.
- 4. Класова теорія** (К.Маркса) 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.
- 5. Теорія соціальної стратифікації** (П.Сорокін, 1889-1968) поділяє будь-яке суспільство на декілька прошарків (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.
- 6. Соціальні страт** – великі (в масштабі всього суспільства) соціальні групи, об'єднані однаковим матеріальним і соціальним становищем та спільними нормами і цінностями
- 7. 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.

Тема 9. Соціальна динаміка

1. Соціальна мобільність та маргінальність.
2. Юрба та особливості її поведінки.
3. Соціальна аномія та відносна депривація.
4. Модернізація суспільства та її види. Соціальний капітал.
5. Проблема бідності.

Практичне завдання №9: Дайте приклади прояву кожної з дев'яти ознак «психології бідності» у навчальній поведінці студентів СумДУ.

Ключові терміни теми №9: соціальна мобільність, соціальна маргінальність, юрба, «авторизації» дій, теорія «розбитих вікон», протиправна субкультура, відносна депривація, соціальна аномія, модернізація суспільства (органічна та неорганічна), технократична та гуманітарна еліта, соціальний капітал, нетворкінг, «психологія бідності», «навчена безпорадність», постматеріальні цінності.

1. 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*), до якого, власне, і зводяться всі найголовніші прагнення людини. Адже навіть якщо життєві прагнення людини виключно духовні й обмежуються чистою творчістю, тим не менш мотивує її і надає сил очікування суспільного визнання і бажання бути комусь корисним, - а не просто працювати «у стіл», заради самого лише мистецтва.

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.

2. Юрба – це (1) *спільнота людей, яка не має структури* (тобто, нагадаємо, в ній не розподілені ролі, а значить нема жодної єдності, впорядкованості та згуртованості) і через це *перебуває на етапі роз'єднаності*, коли ніхто не виявляє себе, як особистість, а лише прагне *підлаштуватись під інших* або *виділитись чимось девіантним* (тому вожаки юрби завжди заперечують правила та скидають ідолів). Саме через прагнення підлаштуватись під інших **юрба** й (2) *нівелює індивідуальності*, тобто «усереднює» їх *під найнижчий рівень розуму та почуттів* (а уніфікувати взагалі можна лише під рівень найслабших членів спільноти, як це і було в СРСР, котрий і був, по суті, величезною юрбою).

Це ще називається (3) *деіндивідуалізацією* – втратою звичного усвідомлення і контролю своїх дій, які в нормі базуються на страху зовнішньої оцінки, а в юрбі втрачають силу, бо людина робить, як усі, а значить може не стидатись своїх дій і не контролювати їх. Впевненість у «зайвості» самоконтролю підтримується (4) *відчуттям анонімності* (мовляв, «мене не видно») та **вседозволеності** («всіх не покарають»), що базується на (5) *вірі у всемогутність* такої маси людей. Через це юрба відрізняється (6) *імпульсивністю та схильністю до крайнощів* в оцінках і діях, - причому цей **максималізм** надає перевагу не новаціям, а (7) *поверненню до минулого*. Вона (8) *мислить примітивними образами та емоціями* (люди в юрбі залишаються байдужими до логіки, зате сильно реагують на прості емоційні образи та категоричні висновки) і до того ж у ній відбувається (9) *взаємне емоційне зараження та копіювання поведінки*, що доходить аж до масових психозів (якими, наприклад, відзначались середньовічні флагеланти)³².

Причому юрба – це не якесь рідкісне утворення, вона з'являється всюди, де люди, озирнувшись, охоплюються древнім, «стадним» почуттям захвату від того, як їх багато (пов'язану із вірою у всемогутність даної спільноти), а відтак і відчуттям своєї індивідуальної «невидимості» та безкарності. А вже деіндивідуалізація та емоційна уніфікація стають лише наслідком цього «стадного» почуття. Зокрема, це буває на лекціях, коли студенти різних груп, а може і різних факультетів випадковим чином розсаджуються в одній великій аудиторії і кожному здається, що його ніхто не знає і розпізнати його в цій масі неможливо. Таке ж трапляється на великих зборах або на мітингах, якщо вони погано організовані. В цьому сенсі українські Майдани (2004 і 2013 року) демонстрували напрочуд хороший рівень організації і тому юрбою не були, а невдачі «антимайданів»

³² Про самобичувальних флагелантів див.: Найдорф М. Очерки современной массовой культуры. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/marknaydorftexts/mass-culture>

полягали якраз у їх надто слабкій *організованості* (для якої треба не просто позвонити людей і забезпечити їх харчуванням і розвагами, а ще й добитися «авторизації» їх дій, тобто відчуття, що кожен із них щось вирішує і перед кимось відповідає, а значить є «автором» власних дій).

Тож який є спосіб упоратися з юрбою? Як мінімум, показати, що дії кожного будуть зауважені і покарані: можна розсадити групами і поставити наглядача за порядком, який або назве винних, або сам буде покараний (це найпримітивніший спосіб, що використовувався в ордах і в злочинних угрупованнях). Але більш ефективний і розумний спосіб – це сприяти творчому самовираженню і заохоченню кожного, тобто теж «авторизувати» поведінку кожного в масі, але завдяки *заохоченню кращої, а не покаранню гіршої* (почитайте, для прикладу, про різноманітне заохочення творчості в «Корпорації Google»³³). Взагалі, про закономірності масової поведінки і, зокрема, поведінки юрби можна почитати самостійно в книгах Д.В.Ольшанського (зокрема його «Психології мас»), А.П.Назаретяна, М.А.Хевеші, Р.Говарда, С.Московічі, Дж.Шуров'єскі та інших, які неважко знайти в Інтернеті³⁴.

А ми розглянемо інші масовидні явища, в яких люди теж виявляють себе як юрба, зокрема ті, що описані теорією «розбитих вікон». Як казав професор Преображенський у «Собачому серці» М.Булгакова, «розруха не в клозетах, а в головах», і якщо ми, як і в його часи, скаржимося на руйнацію порядку війною та ворогами, то ми, фактично, жаліємося на *патерналізм і навчену безпорадність*, що сидять у наших головах, а не на якісь нездоланні зовнішні обставини. І це підтверджують дослідження в рамках **теорії «розбитих вікон»**: якщо в якомусь мікрорайоні міста підтримується порядок і охайність, то люди в ньому мимовільно схиляються до непорушення чистоти, зате *варто розбити хоча б одне вікно і певний час не склити його, як невдовзі число розбитих вікон починає рости з усе більшим прискоренням*. А якщо хтось викине сміття під паркан і його не приберуть, то на чистій до того вулиці починають рости купи відходів. І це відбувається навіть у кварталах освічених та забезпечених громадян³⁵.

Зате якщо у найгіршому кварталі наводити й підтримувати порядок, то і люди починають вести себе пристойніше, «бомжі» його полишають, а на їх місце приїжджають представники середнього класу (що з успіхом робилося в нью-йоркському Гарлемі та Бронксі). А якщо цих людей іще й привчати до чистоти й добробуту (або покараннями, як у Сінгапурі, або, наприклад, привабливо-розважальними пристроями для збору сміття), то навіть представники нижчого класу піднімуться від «психології бідності» до мотивації самоствердження, - і це відбудеться набагато швидше, аніж тоді, коли б їх просто повчали та «перевиховували».

3. Проте, щоби *привчити до чистоти й добробуту*, і зробити це більш ефективним, заохочувальним методом, мало лише заманювати людей до прибирання якимись цікавинками, варто відучити їх від безпорадності, *показавши, що своїх головних цілей вони можуть досягти шляхом порядності та законслухняності*. Річ у тім, що ті, хто сміять де попало, це переважно бідні й малоосвічені люди, із постійно поганим настроєм і ставленням до всього, яке вони виміщують у вандалізмі та безпринципній агресії, імпульсивності та хаотичній поведінці. І головна причина таких дій і настроїв – не якась їх «дикість» або неосвіченість, а зневіра, що можна чогось добитись освітою, законслухняністю та наполегливою працею. З точки зору психології це – навчена безпорадність, але з точки зору суспільних причин це – **соціальна аномія**, тобто суспільний стан масової готовності до порушення будь-яких правових норм та розпоряджень влади, що виникає при незабезпеченості розповсюджених у даній спільноті 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, а відсутність контролю за ним не гарантує, 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* на кшталт списування та обману, які – так чи інакше –

³³ Про заохочення творчості в «Корпорації Google» див.: <http://zillion.net/ru/blog/4166/zillion-chtienie-rabota-rulit-pochiemu-bol-shinstvo-liudiei-v-mirie-khotiat-rabotat-imiennu-v-google>; <http://7books.ru/readbook/rabota-rulit-pochiemu-bolshinstvo-lyude/>

³⁴ Див. про закономірності поведінки юрби і мас: <http://mirknig.com/2010/02/04/psixologiya-mass.html>; <http://www.koob.ru/olshanskiy/>; http://www.koob.ru/moskovichi_s/; http://www.koob.ru/nazaretyan_akop/; <http://ec-dejavu.ru/f-2/Fashion-Phenomenon.html>; <http://www.xpomo.com/ruskolan/tolpa.htm>; http://www.koob.ru/reyngold_govard/umnaya_tolpa; http://www.koob.ru/surowiecki_j/mudrost_tolpi_james; <http://www.klex.ru/x6>

³⁵ Теорію розбитих вікон див.: <http://www.openspace.ru/article/419>; <http://www.liveinternet.ru/users/3465754/post315376403>

обов'язково дадуть їм потрібний результат. Тобто причина – не в нечесності студентів, а в їх недостатній захищеності правилами та контролем за їх виконанням, а значить *боротися з такою їх поведінкою треба не каральними методами або умовлянням та присоромлюванням, а організаційною роботою по налагодженню дисципліни для всіх, і насамперед – для викладачів.*

Зауважимо, що в подоланні соціальної аномії (а вона виявляється в будь-яких порушеннях, що набувають масового характеру) важливо, по-перше, *зрозуміти, чого саме люди (не кожен окремо, а більшість) прагнуть у тій сфері, порушення в якій ми намагаємось подолати, тобто які тут загальні критерії успіху та відповідні їм цілі.* Скажімо, у випадку студентів це – оцінки, але не обов'язково найвищі, а ті, заради яких дана підгрупа ладна старатися. По-друге, *треба зробити шляхи чесного досягнення даних цілей загальнодоступними, тобто розробити правила неупередженого й справедливого оцінювання та контролювати їх виконання, включно з можливістю для студентів оспорити оцінки та довести свою правоту. І по-третє, слід зробити ці чесні шляхи загальновідомими, тобто добре поясненими та розрекламованими, щоби не виникало сумніви у їх реальності.*

І тоді більшість людей припинить обманювати й хитрити (навіть представники нижчого класу), адже бути чесним – це простіший і надійніший шлях, а відтак йому і надають перевагу у нормальних умовах (коли обман не залишається єдиним шансом). Причому долати соціальну аномію треба обов'язково, і не ради лише морального поступу цих людей, а для того, щоби покарання нечесних було ефективним: не карати їх не можна, бо це стимулює криміногенність, а якщо при аномії карати всіх, то це лише озлобить людей. Тому карати можна лише тоді, коли порушників – меншість, а досягти цього можна, лише зробивши аномію рідкістю. *Треба керувати так, щоби порушники були меншістю, - це важливе правило психології управління, без дотримання якого управління не буде взагалі, оскільки заплющувати очі на порушення (на зловживання, корупцію, розкрадання, - як у нас сьогодні) означає кинути все напризволяще і тільки створювати видимість керівної роботи.*

Щоправда, не всі правила має контролювати керівник: більшість реальних суспільних правил є неформальними, тобто неписаними, виконання яких відслідковується тією спільнотою, у якій вони з'явилися (це і називається *соціальним контролем* із його негативними і позитивними санкціями). Якщо ж людина випадає з одної спільноти і не приймається в іншій (бо веде себе не так, як там прийнято за тими ж неписаними правилами), то вона залишається взагалі поза дією будь-якого соціального контролю і стає **маргіналом**. Якщо маргінальний стан у людей закріплюється, то вони складають соціальну базу будь-яких масових злочинів і заворушень та, що гірше, *утворюють стійкі маргінальні спільноти із своєю протиправною субкультурою*, яка робить порушення правил професією і способом життя (а зі способом життя боротися вже, по суті, неможливо).

Втім, якщо ріст злочинності – це, скоріше, соціальна проблема, то деградація особистості у маргіналів – це вже проблема психологічна. Як ми пам'ятаємо, становлення особистості відбувається через соціалізацію, тобто взаємовплив у групах, але так само і руйнування особистості може відбуватися через *десоціалізацію*, тобто відрив людини від взаємовпливу у яких-небудь спільнотах і втрату нею стійких критеріїв добра і зла (цінностей і норм).

Не слід вважати, що маргінали – це виключно якісь «бомжі», люди, що опустили і втратили цікавість до життя. Масовим такий стан буває дуже рідко і в особливо нелюдських умовах існування, наприклад, у фашистському концтаборі, *де руйнування особистості відбувалося цілеспрямовано і психологію поведінки в якому яскраво і з власного досвіду описав Б.Беттельгейм*³⁶. Маргінали в цих, екстремальних умовах бездумно, до автоматизму підкоряються системі і віддаляються від людей, а тому апатія поглинає їх настільки, що вони справді втрачають цікавість до життя і швидко вмирають. Проте частіше *маргінали – це просто ізольовані та дезадаптовані люди*, які можуть бути в усіх класах суспільства і які *продовжують все більше відриватися від усіх спільнот*, із якими номінально мали бути пов'язані.

Головною їх рисою є **ескапізм**, який у сучасних умовах вони виявляють через «переселення» у віртуальний світ ігор та соцмереж, реалізують у психологічних залежностях та неадекватному самосприйнятті. А з емоційної точки зору всіх маргіналів об'єднує психологія соціального незадоволення (*відносної депривації*). **Відносна депривація** – це масовий і тривалий стан незадоволення людьми своїм суспільним становищем і суспільством узагалі через завищеність своїх критеріїв успіху, що виникає при ізольованості їх від усіх спільнот із їх нормами та цінностями. Інакше кажучи, незадоволення – це завжди результат порівняння наявного становища із бажаним,

³⁶ Див.: Беттельгейм Б. Просвещенное сердце. – Режим доступу: <http://www.e-reading.club/book.php?book=104315> (гл. 4)

причому під бажаним становищем розуміються не якісь захмарні мрії, а якраз поширені у своїй спільноті критерії того, що треба мати в одязі, техніці, житлі і статусі, щоби бути не гіршим за інших.

Як правило, в кожній спільноті є такі критерії і доки її члени відповідають цим матеріальним і статусним цінностям, а також цінностям поведінковим, їх у цій спільноті приймають, поважають і підтримують (що теж є описом роботи *соціального контролю*). І важливо те, що реалізація таких цінностей є доступною для всіх членів даної спільноти: вони можуть (і *навіть зобов'язані*) купити собі відповідні речі, зайняти престижну для них посаду і вести себе з потрібною тут пристойністю та розумністю. Зате для інших спільнот важче відповідати цим критеріям: речі надто дорогі, манери поведінки – складні, а на престижні в цьому колі посади їх не беруть, бо відчують в них «чужинців», в т.ч. за манерами і мовленням (котрі, власне, і є «змовою проти непосвячених», щоби їх надмірний приплив не зруйнував традиції даної спільноти).

А що ж буває тоді, коли людина не належить до жодної великої соціальної групи – ні за професією (бо не любить її і не ототожнює себе з колегами), ні за місцем проживання (за тією ж причиною), ні навіть за національністю (поскілки має претензії до власної країни і стидається цієї приналежності, хоча і в інших країнах за «свого» не приймають)? В цьому випадку людина стає вимушеним і постійним маргіналом, що не визначився у найважливіших життєвих цінностях, - тобто не досяг повноцінної ідентифікації ні в чому, і це позбавило людину більшої частини власної гордості, впевненості та наполегливості. В результаті цього маргінали втрачають соціальні орієнтири – що добре і що погано, до чого варто прагнути, а до чого – ні. Тож своє наявне становище (яке може бути зовсім не погане, адже маргінали є в усіх верствах) вони порівнюють не з тим бажаним, яке є загальним для спільноти їх рівня і яке, що найголовніше, є посильним для них, а з чимось більшим і недосяжним для них за об'єктивними причинами (хоча і за суб'єктивними теж їх манери не відповідають не тільки вищому рівню, але навіть і своєму).

Результатом такого, неадекватного порівняння і стає відносна депривація, тобто, в буквальному перекладі, почуття людьми своєї позбавленості чогось важливого і належного їм. А в тому, що не мають всього, чого хотіли, вони *звинувачують* зазвичай не себе, а *порочне й жахливе суспільство* (в т.ч. «масонські змови» у ньому), *ворогів* та їх *підривну діяльність проти себе*. Ось чому вони підозріливі і своїми «випереджувальними» діями провокують людей на ворожість, а якщо і не стрічають її, то все одно «помічають» її у будь-яких невинних діях і тим більше – у власних невдачах. Саме це і характерно для людей на всіх рівнях в Україні: бідні, ставши студентами, не вчаться, а ставши спортсменами – не тренуються зі справжнім бажанням, бо вірять, що «нас все одно засудять і завалять», середні класи не роблять кар'єру своїм розумом, бо вірять лише в хабарі та протекцію, а вищі класи не домовляються і ворогують на шкоду самим собі, бо вірять, що «з ворогами інакше не можна».

Інакше кажучи, в Україні майже всі люди – маргінали, бо в нас і система стратифікації *ще не склалася*, а малі групи в умовах тривалих соціальних негараздів ворогують навіть всередині себе, тож ніяких спільних цінностей і загальної солідарності щодо їх підтримання (*соціального контролю*) у нас на разі нема, а значить нема і розумних, доступних критеріїв успіху, - зате є нічим не підкріплені амбіції та звинувачення всіх навколо у своїх невдачах. І ця відносна депривація не дозволяє нашим людям ні працювати добре, ні професійно рости, ні підтримувати одне одного, без чого наш соціальний і людський капітал перебуває на такому низькому рівні, який не дозволяє бути організованим та високотехнологічним суспільством.

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 отримати набагато більше, аніж 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.

4. 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, а тому схильна до ліберальних та демократичних методів управління.

Соціальний капітал – це сукупність конструктивних і широких персональних зв'язків та соціальних відносин індивідів або груп, яка виступає найбільш цінним ресурсом вирішення ними своїх виробничих, побутових і суспільних завдань. Конструктивність (або деструктивність) цих зв'язків визначається загальним ступенем *довіри* людей один до одного в усьому суспільстві і в межах конкретної соціальної групи, і визначає, у свою чергу, згуртованість та солідарність цих спільнот³⁷.

Наприклад, *брак довіри змушує людей вимагати якомога більше одне від одного за кожну послугу*, і ця «інфляція вимог» лише знижує їх доходи, – тоді як наявність довіри дозволяє взагалі не вимагати негайно взаємних послуг, а звертатись по допомогу згодом, навіть через роки, і що важливо – отримувати бажане, адже їх партнери не припускають думки, що в цій ситуації можна обманювати. Таким чином створюється ціла *мережа взаємодопомоги*, яка базується на традиціях і яка робить неможливою пряму купівлю послуг (у т.ч. й через хабарі) будь-ким і будь-кого. Щоби вступити у це довірене коло (мережу), треба *відповідати його рівню чесності, старанності та кваліфікованості*, – принаймні шахраї і нездари в нього точно не допускаються, – і це змушує людей працювати на свою репутацію і не піддавати її сумнівам.

Очевидно, що наявність стабільної, традиційної довіри розвиває не лише моральну атмосферу суспільства, але й рівень професійної кваліфікованості та старанності його членів. І все це разом називається *розвитком соціального капіталу*. На жаль, в Україні соціальний капітал сьогодні достатньою мірою деградував, навіть у порівнянні з радянськими часами: економічне і політичне шахраювання зберігає у людей довіру лише до окремих, близьких осіб, і то – не в повні; використання адмінресурсу та силових методів досягнення цілей привчає нікому не довіряти, а громадянське суспільство, яке не здатне себе захистити, залишає в душах простих людей відчуття, що кожен – за себе. І ці настрої роблять неможливим ні справжній бізнес, ні справжню політику³⁸.

Важливо і те, що традиції та цінності, на яких тримається соціальний капітал, мають бути *просоціальними*, – тобто моральними і конструктивними для усього суспільства, а не лише якоїсь окремої групи (наприклад, мафіозної), – і бути, як це не пафосно звучить, альтруїстичними та певною мірою самовідданими по відношенню до суспільства. *Інакше довіра перетворюватиметься на сліпу відданість окремому вождю* (секти, мафії або ідеологізованої країни), а справжнього соціального капіталу, як і розвитку країни так і не буде³⁹. На щастя, такого стану у нас (на відміну від Росії) немає і, можна вірити, не буде. Навпаки, всупереч кризі та війні (і розчаруванні у політиках) у нас серед простих людей розвиваються волонтерство та взаємодопомога, а відтак і взаємна довіра. Звичайно, розвиток соціального капіталу непросто виміряти, але такі методи вже розроблені⁴⁰. І вони дозволяють не тільки відстежувати цей розвиток, але й розуміти, що саме впливає на нього позитивно, а що – ні.

Що розвиває соціальний капітал? Все, що забезпечує людям перехід із нижчого рівня ментальності – *рівня самозбереження*, коли людина налякана життям і думає лише про те, як забезпечити себе всім необхідним, до *рівня самоствердження*, коли найбільшою турботою людини є отримати визнання оточуючих, визнання того, що вона не гірша, а може і краща за декого, що її приймають на рівних, спілкуються, питають її думку. *Мінімум цивілізації – це хліб та права людини*.

³⁷ Див.: Коулман Дж. Капітал соціальний и человеческий // ОНС. - 2001. - №3, с.122-139. – Режим доступу:

http://skabber.nir.com.ua/files/Социальный_капитал.pdf

³⁸ Див.: Бондаренко М.Ю. Соціальний капітал як основа розвитку громадянського суспільства. - Режим доступу:

<http://www.academy.gov.ua/ej/ej14/txts/Bondarenko.pdf>; результати соціологічних досліджень див.: Новіков В. Соціальний

капітал України в цифрах та порівняннях. - Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/columns/2013/06/10/6991590/>;

http://www.ucipr.kiev.ua/files/books/expert_polls_report_social_capital_Sep-Oct2011.pdf;

³⁹ Див.: Фукуяма Ф. Соціальний капітал // Часопис «І». - 2008. - №53. - Режим доступу:

<http://www.ji.lviv.ua/n53texts/fukuyama.htm>

⁴⁰ Про методи вимірювання соціального капіталу див.: <http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/4%202013/81-97.pdf>;

[http://www.academia.edu/8584429/РОЛЬ_СОЦІАЛЬНОГО_КАПІТАЛУ_В_МОДЕРНІЗАЦІЇ_УКРАЇНСЬКОГО_СУСПІЛЬСТВА](http://www.academia.edu/8584429/РОЛЬ_СОЦІАЛЬНОГО_КАПІТАЛУ_В_МОДЕРНІЗАЦІЇ_УКРАЇНСЬКОГО_СУСПІЛЬСТВА;);

<http://soskin.info/ea/2003/5/20030517.html>

Вище цього рівня можна сперечатись, критикувати і покращувати, а нижче – лише воювати⁴¹. Тож забезпечення нормально працюючих людей надійним рівнем харчування та особистої недоторканості виводить їх із стану постійних конфліктів у стан примирення та прагнення до злагоди, що зрештою і починає накопичувати їх соціальний капітал.

У розвитку соціального капіталу важливо покладатися на так звані «слабкі соціальні зв'язки», тобто на нерегулярні, ті, якими ми поєднані із неблизькими нам людьми (сусідами, знайомими, знайомими знайомих, колегами по роботі і т.п.). Дослідження показують, що для соціального успіху найбільш корисними й інформативними виявляються саме слабкі зв'язки, а не сильні (тобто – постійні, родинні та дружні зв'язки). Так, провівши опитування серед жителів передмістя Бостона, які нещодавно змінили роботу, американський соціолог М.Грановеттер визначив, що найбільш корисним з точки зору пошуку роботи є не близьке оточення суб'єкта (сильні зв'язки), а люди, з якими опитувані спілкувалися «шапочно» (слабкі зв'язки). Це явище пояснюється тим, що через сильні зв'язки люди обмінюються обмеженим колом даних, які їм і так уже відомі (у цих звичних зв'язках обговорюються одні і ті самі теми), у той час як обмін дійсно важливою, новою інформацією відбувається якраз через слабкі зв'язки, які є набагато ширшими й різноманітнішими⁴².

Якраз тому «сильні зв'язки» кланово-мафіозних груп дають, зрештою, слабкі й навіть катастрофічні результати, що ці групи замкнуті, вони не підтримують інформаційний обмін із «зовнішніми», і через це дізнаються про все останніми, втрачають зв'язок із реальністю і роблять неприпустимі помилки. Ось чому, за даними досліджень, більш кваліфіковані й освічені професійні групи активніше використовують слабкі зв'язки, а групи некваліфікованих працівників та соціально незахищених і дискримінованих людей активніше спираються на сильні зв'язки⁴³. Висновок: утворенню й підтриманню слабких соціальних зв'язків (**нетворкінгу**) треба вчити, інакше соціально вразливі групи так і залишаться на дні суспільства.

5. Очевидно, що бідність – це не індивідуальна чи групова, а соціальна проблема. Але вирішувати її треба на всіх названих рівнях, і починати правильніше із суспільного рівня, на якому важливо виробити розумне та ефективне ставлення до цієї категорії населення, політику, яка би не створювала спокуси утриманства та паразитизму і водночас не заганяла би цих людей у глухий кут злиднів.

Ще у 1980-ті роки в розвинутих країнах Америки та Європи відбулися значні зрушення – водночас і у структурі суспільства, і у ставленні людей до бідності: якщо до цього більшість населення цих країн складала неможливі (соціальні шари становили просту піраміду, найширшу в фундаменті), котрі мусили тяжко трудитися і робили це, а тому у суспільстві вважалося благородним і чесним допомагати соціальним аутсайдерам (і задля цього як бідні, так і багаті були щиро готові ділитися частиною своїх доходів), - то тепер більшість населення зосередилась у середніх шарах (структура суспільства набула грушовидної форми) і більшість людей стали вважати, що допомагати здоровим дорослим людям, які не мають доходу – по-перше, соромно і принизливо для останніх, а по-друге, привчає їх до утриманства, - адже досягти самореалізації може сьогодні кожен⁴⁴.

Йдучи у руслі цих настроїв держава, як правило, скорочує власні соціальні програми, але всіляко сприяє (законами, податками, грантами та інформаційною підтримкою) соціальній роботі приватних та громадських фондів, волонтерів і бізнесових фірм. А упор у соціальній роботі віднині робиться не на матеріальній допомозі вдовам, старикам, сиротам та інвалідам, а на тому, щоби навчити їх заробляти та адаптувати їх до суспільства на рівні з усіма, без принижуючої жалості та привілеїв (що є т.зв. політикою «соціального включення»⁴⁵).

Проте *сьогоднішні бідні верстви складають* не люди, що обмежені в доступі до засобів виробництва і, відповідно, до розподілу доходів (як це було в індустріальному суспільстві), а *люди, що мають виключно матеріальні, економічні цілі та цінності* (і саме через це вони не мають шансів піднятися до вищих верств, - адже самого напруження зусиль в інтелектуальній роботі недостатньо, потрібна творча самореалізація). Натомість середні і, особливо, *вищі верстви все більше заповнюють*

⁴¹ Див.: Рокар М. Трудиться с душой / Под ред. Л.М. Видясовой. М.: Междунар. отношения, 1990. - 344 С., с.293. – Режим доступу: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=5072359>

⁴² Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология. - Т.10. - № 4. - Сентябрь 2009, с.31-50. – Режим доступу: http://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204981/ecsoc_t10_n4.pdf

⁴³ Про «сильні зв'язки» див.: <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/12/01/1214825157/4bKonkov.pdf>

⁴⁴ Про бідність див.: Гіденс Е. Соціологія. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/87041-bdntst-nervnst.html>

⁴⁵ От трансформации к обществу для всех: Региональный доклад о человеческом развитии [Электронный ресурс] / [Бранка Анджелкович, Андрей Иванов, Шейла Марни и др.] – Братислава: ПРООН, 2011. - 132 с. - Режим доступу: http://www.undp.tj/files/Regional_Human_Development_Report_Beyond_transition_towards_inclusive_societies_RUS.pdf

люди із **постматеріальними цінностями**, які не женуться насамперед за грошима, а досягають успіху, реалізуючи власні і чужі здібності та оригінальні ідеї⁴⁶.

Це ускладнює спроби навчити бідних новим способам заробітку: творчим, ризикованим і таким, що базуються на довірі людям, оптимізмі та наполегливості. Адже **бідні демонструють** здебільшого прямо протилежні **рис**: *прагнення пасивно економити* замість того, щоби активно шукати способи заробити більше, *схильність до малооплачуваної, але гарантованої роботи, боязнь кредитів і водночас віра у неймовірний виграш без жодних зусиль* (віра у різні трасти та лотереї), *надмірна ощадливість і при цьому схильність до марнотратства* (невміння витратити гроші раціонально, продумано), *схильність скаржитись і не довіряти нікому і піддатливість до явного ошукування, готовність тяжко працювати за чужим наказом і нездатність примушувати самого себе*, а тим більше – робити те, що подобається (уявлення, що це дитячі забавки і що займатися цим соромно).

Тож *бідність сьогодні – це скоріше ментальна проблема, аніж економічна*. І ця ментальна проблема не залежить від національності бідних. Дослідження особливої «**психології бідності**», що проводилися в нашій і сусідніх країнах, продемонстрували цілком подібні результати:

1) ці люди усвідомлюють, що відносяться до категорії бідних (що, за визначенням, *означає нестачу засобів на найнеобхідніше*), але не хочуть скорочувати витрати, купляючи, зокрема, і не необхідне (адже вважають, що мають «*жити, як усі*»), і не відмовляти собі в тому, в чому інші не відмовляють; тобто вони мислять доіндустріальними поняттями «престижу», а не ринковою логікою економічного розрахунку);

2) вони зосереджені на поточних проблемах і не вкладають гроші й сили в перспективні цілі (в освіту дітей або власну перепідготовку, в накопичувальні депозити, в цінні речі, що можна потім перепродати тощо);

3) вони переходять на купівлю найдешевших товарів і до того ж у роздріб, що є наймарнотратнішою тактикою (оптом дешевше, а неякісні речі швидко псуються і змушують купляти їх частіше);

4) вони не прагнуть додатково заробити, а сподіваються «протриматись» завдяки економії на собі (зменшити раціон харчування, підлатати старі речі, самим вирощувати продукти), - що насправді лише поглиблює зuboжіння;

5) вони взагалі не будують довгих планів і не розраховують кращу тактику досягнення навіть найближчих цілей, - а діють, натомість, імпульсивно і, як правило, неефективно (купляють щось непотрібне, бо «психанули» і вирішили заспокоїти себе шопінгом, - що є т.зв. «*недалекоглядним гедонізмом*»);

6) вони вірять, що багатство – синонім підлості, а бідність – героїзму, а тому в житті пасивні і для покращення свого становища нічого робити не хочуть, вірячи, що влада не кине їх напризволяще (і саме цим пояснюється їх дитяча легковажність, описана вище), - але при цьому завжди скаржаться, що влада робить для них мало (адже хочуть, щоби їх підняли до рівня «як усі», - хоча справжня мета соціальної допомоги – не дати їм зовсім «збанкрутіти»), і саме тому легко вірять в удавану турботу та захмарні обіцянки політичних і фінансових аферистів;

7) вони ставляться до праці як до «покарання» і якщо працюють (а нерідко вони і цього не роблять), то не прив'язуються до роботи, не вкладають в неї душу (без чого творчість неможлива), а головне – не прагнуть показати себе з найкращого боку і заслужити підвищення заробітку та кар'єрного росту, а лише скаржаться на те, як мало вони заробляють і намагаються довести, що їм повинні надавати якісь субсидії, пільги, привілеї та матеріальну допомогу, пробачати й списувати їх борги та надавати нові кредити, які вони не повернуть (тобто вони не стидяться свого становища, а скоріше пишаються і користуються ним, вимагаючи для себе благодійності)⁴⁷;

8) вони – песимісти, які, по-перше, постійно чекають невдач і вірять, що вони неминучі, а по-друге, впевнені, що в невдачах винні їх низький статус, брак знань і зв'язків та індивідуальна безталанність, - що є проявом «**навченої безпорадності**»⁴⁸ (тоді як успішні й заможні люди

⁴⁶ Іноземцев В. Соціальна нерівність як проблема становлення постеконічного суспільства // Поступ. - 06.06.2000. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://postup.brama.com/000606/97_14_1.html

⁴⁷ Чернина Н.В. Бедность как социальный феномен российского общества // Социс. - 1994. - №3, с.54-61. - Режим доступу: http://ecsocman.hse.ru/data/670/235/1217/008_chernina.pdf

⁴⁸ Про «навчену безпорадність» див.: <http://padaread.com/?book=3976&pg=29> (і наступні сторінки); <http://sportzal.com/post/2743/> (і продовження)

переконані, що невдачі носять тимчасовий характер і є випадковим явищем, а тому виявляють оптимізм⁴⁹);

9) вони думають лише про те, як забезпечити себе всім гостро необхідним (насамперед, грошима, а також застатись продуктами надовго, квартирою, майном, вигідною роботою, яку хочеться закріпити за собою навечно, не підпускаючи суперників), що породжує засліплену жадібність, яка не дозволяє мислити раціонально і хоча би на крок уперед, - мовляв, зараз не до того, треба рятуватись, - а в результаті втрачає більше, ніж отримує від прагнення всіх обманути і розштовхати⁵⁰.

Звичайно, така ментальність притаманна не всім бідним, але вона існує в рамках доволі чисельних груп, що компактно й стабільно живуть у певних мікрорайонах великих і малих міст (найчастіше заселених вихідцями із села, що так і не призвичаїлися до міського способу життя) або навіть в цілих депресивних регіонах, і формують та передають новим поколінням своєрідну «культуру бідності»: низький рівень довіри до суспільних інститутів (і, значить, легальних способів досягнення успіху) та низьку мотивацію праці, неорганізованість індивідуальної поведінки (в т.ч. сексуальної), переважання установок власної безпомічності, залежності від групи та відданості лідеру⁵¹.

По відношенню до таких груп традиційні способи боротьби з бідністю – шляхом матеріальної допомоги – призводять лише до її збільшення (і цей факт фіксують доволі часто). Тому ефективнішим методом боротьби стає перебудова цих районів, створення в них зон, заселених працюючими й оптимістичними мешканцями, та створення моди на іншу, більш творчу й соціально конструктивну культуру. А вже коли вдасться вирвати певну кількість людей із традицій і звичок групової культури бідності, можна матеріально допомагати їм, не боячись, що ця допомога буде ними розтринькана даремно (і ще й посилюватиме соціальний паразитизм).

Якщо ж не подолати цю ментальність, то в її рамках навіть пряме жебрацтво стає не тільки не ганьбою, а навпаки – професією, причому достатньо прибутковою⁵². Втім, жебрацтво і бомжування – це крайня форма бідності, яку представляють люди, що скотилися на дно суспільства і випали із усіх соціальних зв'язків. Їм навіть соціальну допомогу здебільшого не надають, бо вони ніде не числяться, та й не претендують на неї. Однак слід розуміти, що суспільство часто саме виштовхує людей на узбіччя життя, зокрема й тим, що навіщує на них ярлик «пауперів», «недостойних бідних»: наприклад, людину, що впала в апатію в силу, скажімо, емоційних проблем, загальна думка записує у цей «андеклас»⁵³ і оточуючі починають її сторонитися, тобто *стигматизують*⁵⁴ її, роблячи, по суті, неможливим її повернення до нормального життя. Вихід же із проблеми – у тому, щоби навчити й надихнути цих людей боротися за своє життя, не мирячись із зниженням його якості.

Розглянемо й іншу крайню форму бідності – початкову, а саме – безробіття⁵⁵. Тимчасове безробіття, як і тимчасова бідність – це нормальне й необхідне явище в ринковому суспільстві, що дозволяє даній системі пристосовуватись до кон'юнктури, стимулюючи людей залишати незатребувані вже професії чи посади і займатися чимось більш потрібним і краще оплачуваним. Головне тут, щоби люди сприймали безробіття і бідність не як вирок собі (а при заниженій самооцінці, доволі частій у нас, люди це так і сприймають: «Я нінащо не здатен, нікому не потрібен...»), а як стимул для змін, як виклик і можливість.

⁴⁹ Про «культуру бідності» див.: <http://padaread.com/?book=3976&pg=9> (і наступні сторінки)

⁵⁰ Як кажуть, жадібний платить двічі. Це той же «недалекоглядний гедонізм», характерний для «гонників». Див. про це: <http://polit.ru/article/2008/12/23/sots/>; крім того, це той рівень в «піраміді Маслоу», який називається *фізіологічними потребами та потребами безпеки*. Див. про це: http://pidruchniki.com/13660212/psihologiya/zmistovni_teoriyi_motivatsiyi

⁵¹ Харченко Н. Різноманітність аспектів бідності: спроба соціологічного аналізу // Наукові записки НУ «Києво-Могилянська академія». - 1999. - том 7. - с.38-49. - Режим доступу: <http://www.kiis.com.ua/materials/articles/poverty.pdf>

⁵² Див.: Ярхо В. Трехгрошовая опера // Совершенно секретно. - 2007. - № 10, с.36-37. Див. також:

http://studme.com.ua/12461220/sotsiologiya/fenomen_nischenstva_harakteristiki_sotsialno-ekonomicheskie_osnovy.htm;

[http://ua-referat.com/Жебрацтво_і_боротьба_з_ним_у_Росії_наприкінці_XIX-початку_XX_ст](http://ua-referat.com/Жебрацтво_і_боротьба_з_ним_у_Росії_наприкінці_XIX-початку_XX_ст;);

<http://voxukraine.org/2015/02/27/begging-in-ukraine-ukr/>; <http://archive.visnyk.lutsk.ua/2007/7/4/4203/>;

http://www.sirius.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=89&Itemid=&lang=ru;

<http://zakarpattya.net.ua/Zmi/95598-ZHebratstvo-%E2%80%93-potreba-chy-nepohanyi-biznes>;

<http://ua.euronews.com/2014/04/30/deep-austerity-cuts-in-portugal-see-children-hardest-hit/>

⁵³ Балабанова С.Е. Андеклас: понятие и место в обществе // Социс. - 1999. - № 12. - С. 65-70. - Режим доступу:

http://ecsocman.hse.ru/data/751/615/1231/009_balabanov.pdf

⁵⁴ Про соціологію бідності див.: <http://www.dissercat.com/content/bednost-kak-obekt-sotsiologicheskogo-izucheniya>

⁵⁵ Про безробіття див.: <http://www.istpravda.ru/digest/13479/>; http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Grani_2013_9_18.pdf

І тут варто знову наголосити, що в сьогоденнішньому, інформаційному суспільстві багатшають переважно люди творчі (і навіть те, що в Україні вони цю творчість виявляють нерідко в нечесних формах, не відмінє того факту, що це є прояв саме розумових здібностей, - а погана форма є наслідком поганого контролю), із *постматеріалістичними цінностями*, і криза їм зовсім не заважає, скоріше навпаки – висуває їх на перший план. А в нашій країні навіть багаті часто реагують на труднощі жадібністю, тобто – в руслі «психології бідності»⁵⁶, адже в глибині душі вони залишилися людьми, що стидаються багатства, не вірять у себе і не здатні працювати заради задоволення (і тому – творчо), а не заради грошей.

Визначення ключових термінів теми №9:

1. **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*).
2. **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.
3. **Юрба** – це безструктурна спільність людей, поведінка яких визначається пануючими в ній настроями. Подолати деіндивідуалізацію її членів можна завдяки «авторизації» їх дій, тобто відчуття, що кожен із них щось вирішує і перед кимось відповідає, а значить є «автором» своїх дій.
4. **Теорія «розбитих вікон»** описує схильність людей до підтримання безпорядку і руйнування, як тільки хтось першим показав такий приклад.
5. **Протиправна субкультура** – система традицій недовіри до влади і гордості за свої девіантні дії, що породжується компактним проживанням разом великої кількості маргіналів і перетворенням їх на стійкі спільноти, схильні до *десоціалізації, ескапізму та відносної депривації*.
6. **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).
7. **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.
8. **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.
9. **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, а тому схильна до ліберальних та демократичних методів управління.
10. **Соціальний капітал** – це сукупність конструктивних і широких персональних зв'язків та соціальних відносин індивідів або груп, яка виступає найбільш цінним ресурсом вирішення ними своїх виробничих, побутових і суспільних завдань. Конструктивність (або деструктивність) цих зв'язків визначається загальним ступенем *довіри* людей один до одного в усьому суспільстві і в межах конкретної соціальної групи, і визначає, у свою чергу, згуртованість та солідарність цих спільнот.
11. **Нетворкінг** – це цілеспрямоване утворення й підтримання слабких соціальних зв'язків (із широким колом знайомих), які дозволяють обмінюватись дійсно новою й важливою для соціального успіху інформацією.
12. **Бідність** сьогодні – це не стільки брак доходів, скільки недалекоглядна «психологія бідності», тобто «навчена безпорадність» і схильність до виключно матеріальних, економічних цілей та цінностей, тоді як матеріальний успіх стимулюється переважно **постматеріальними цінностями**, зосередженими скоріше на реалізації власних і чужих здібностей та оригінальних ідей.

⁵⁶ Див.: <http://www.science-community.org/ru/content/жебрацька-психологія>

Тема 10. Соціологія девіантної поведінки та злочинності

1. Аномія та девіація як функція низькоорганізованої системи та як соціальна мутація.
2. Девіантність як результат навішування ярликів та соціальної стигматизації.
3. Теорії злочинності. Бідність, маргіналізація та брак соціального контролю як чинники злочинності.
4. Криміналізація (завищеність правових норм) та кримінальна субкультура як чинники злочинності.
5. Професійна та організована злочинність, їх чинники та функціональність.

Практичне завдання №10: групою із двох студентів розгляньте дві будь-які теорії причин існування злочинності, пояснивши, що треба зробити для долання злочинності в Україні, якщо зосередитися на причинах, котрі вони називають.

Ключові терміни теми №10: соціальні девіації (адикції, соціальний паразитизм і злочинність), соціальна мутація, девіантність, соціальна стигматизація, навішування ярликів, криміналізація діяльності, кримінальна субкультура, професійна та організована злочинність.

1. 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 злочинність⁵⁷. 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 (т.зв. ургентна адикція, хворобливий перфекціонізм і «духовний пошук»), від міжособистісних відносин (комунікаційні, любовні і групо-терапевтичні 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 ший» 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, працездатні 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 вишуковують собі якісь засоби для існування, виконують, тим самим, **утилізаційну функцію** і не можуть вважатися «паразитами». Натомість, ті, хто хоча би й такої користі не

⁵⁷ 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>

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 ustalені у суспільстві писані норми поведінки (закони). Однак чи будь-який закон можна вважати безумовно правильним, а його порушення – неприпустимим? Очевидно, що ні.

2. В питанні про *девіантність як результат навішування ярликів та соціальної стигматизації* студенти мають розібратися самостійно, користуючись пошуком в Інтернеті і зокрема – літературою, що пропонується у посиланні⁵⁸, а про *девіантність та її причини* взагалі – за такими посиланнями⁵⁹.

3. В питанні про *теорії злочинності* та про такі *чинники злочинності як бідність, маргіналізація та брак соціального контролю* студенти мають розібратися самостійно, користуючись пошуком в Інтернеті і зокрема – літературою, що пропонується у посиланні⁶⁰.

4. Не кожен закон можна вважати безумовно правильним, але 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, законслухняні громадяни, яким важко і, в загальній масі, неможливо уникнути подібних порушень. Інакше кажучи, завищеність правових норм **криміналізує** дії, з якими суспільство може і навіть повинно миритись, зокрема – щоби бути толерантним. Негативними наслідками цієї надмірної суворості законів стають, з одного боку, неможливість виловити і покарати всіх злочинців (інакше довелось 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)⁶¹.

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.

⁵⁸ Див.: Гоффман Э. Стигма: Заметки об управлении испорченной идентичностью: <http://ecsocman.hse.ru/text/17280348/>;

Бирн П. Стигматизация психических заболеваний. – Режим доступа: <http://www.psyobsor.org/1998/6/2-1-1.php>

⁵⁹ Про девіантність та її причини див.: книги Гілінського Я.І. про девіантність, злочинність і насильство див.:

[http://www.sociologos.ru/novosti/Novye_raboty_deviantologa_YA_I_Gilinskogo_o_socialnom_nasilii_i_prestupnosti_v/](http://www.sociologos.ru/novosti/Novye_raboty_deviantologa_YA_I_Gilinskogo_o_socialnom_nasilii_i_prestupnosti_v;);

Гидденс Э. Социология. Глава 5. Конформность и девиантное поведение. – Режим доступа:

http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/gidd/05.php; Кузьменко Т.М. Социология. Тема 12. – Режим доступа:

<http://westudents.com.ua/glavy/87466-tema-12-sotsalna-devatsya-ta-sotsalniy-kontrol.html>; Масионис Дж. Социология. Глава

8. Девиантность. – Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/sociol/soc067.htm>; Смелзер Н. Социология. Глава 7. Девиация и

социальный контроль. – Режим доступа: http://krotov.info/lib_sec/18_s/sme/lzer_3.htm#7; Кравченко А.И. Социология

девиантности. - Режим доступа: <http://studopedia.info/10-58273.html>; Волков Ю. Социология. Глава 5. Девиация и

социальный контроль. - Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/volkov/05.php; Сорокин П.

Самоубийство, как общественное явление: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Sorokin/suicid.php

⁶⁰ Про чинники злочинності див.: Мертон Р. Социальная структура и anomia. - Режим доступа:

http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Article/mert_soc.php; Касьянов В., Нечипуренко В. Социология права. Глава

8. Социология преступности: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pravo/kas/08.php; Рущенко І. П. Социология

злочинності. - Режим доступа: <http://www.ostrovok.lg.ua/knigohranilishhe/nauka/rushchenko-i-p-sociologiya-zlochinnosti-harkiv-vidavnistvo-nacionalnogo-universitetu-vnutrishnih>

[harkiv-vidavnistvo-nacionalnogo-universitetu-vnutrishnih](http://www.ostrovok.lg.ua/knigohranilishhe/nauka/rushchenko-i-p-sociologiya-zlochinnosti-harkiv-vidavnistvo-nacionalnogo-universitetu-vnutrishnih)

⁶¹ Про криміналізацію дій законом див.: Дюркгейм Э. Норма и патология. - Режим доступа:

http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Durkgeim/Norm_Pat.php;

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 вияснити, 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 «віддушину», 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 добропорядних 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 криміналізує, витискає 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)⁶², - що, по суті, є проявом соціалізаційного впливу кримінальної субкультури. А значить для подолання таких спалахів слід

⁶² 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>)

усувати ціннісні й організаційні причини аномії та переглядати закони у бік їх більшої відповідності поведінковим звичкам і наявній правосвідомості мас.

5. Питання про *професійну та організовану злочинність*, а також їх чинники студенти мають вивчити самостійно, користуючись пошуком в Інтернеті і зокрема – літературою, що пропонується у посиланні⁶³, а щоби зробити висновки про їх *функціональність*, варто ознайомитись із прикладом боротьби з ними М.С.Хрущова, що міститься в темі №11 цього посібника, у третьому її пункті («Глибина культури»).

Визначення ключових термінів теми №10:

1. **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).
2. *Соціальні девіації* виконують свого роду **інноваційну функцію** (готують і навіть стимулюють деякі суспільні зміни, сигналізують державі про їх необхідність і змушують дослідним шляхом вивчати, 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).
3. **Правова межа законності та злочинності** – це межа дозволеного законом і вона має визначатися у ньому таким чином, щоби переважна більшість людей не об'являлася порушниками.
4. **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.

Тема 11. Культура суспільства

1. Культура і субкультури, їх взаємодія та розвиток. Функції культури.
2. Механізми й умови передачі культури. Економічні та культурні чинники розвитку суспільства.
3. Глибина культури суспільства.
4. Культура «сорому» та «вини». Сільська та міська культура.
5. Культура та цивілізація. Капіталізм та протестантська трудова культура.

Практичне завдання №11: Чому носії **протестантської трудової культури** використовували тільки легальні засоби заробітку і як це вплинуло на розвиток ринкового суспільства (капіталізму)?

Ключові терміни теми №11: *культура і субкультури, спосіб розвитку культури, три функції культури (згуртування через відмежування, звільнення від вибору, орієнтування у соціальних зв'язках), механізми та умови передачі нових культурних зразків у суспільстві (почергова міжстратова соціалізація за умови близькості між ними та виконання елітою «взірцевої» функції за умови неперешкоджуваної соціальної мобільності), культурні та економічні чинники суспільного розвитку, глибина культури суспільства, її прояви та умови досягнення, типи культури («культура сорому» та «культура вини», сільська та міська культура), цивілізація, протестантська трудова культура.*

⁶³ Про професійну та організовану злочинність див.: Мартин Вольфганг. Социология преступности. - Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/234015/>; Гофман М. Преступность – бизнес другим путем. - Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Article/gofm_prest.php; Быстрова А., Сильвестрос М. Феномен коррупции: некоторые исследовательские подходы: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Article/bustr_fenkorr.php; див. також інші книги про злочинність за адресою: http://www.gumer.info/search_results.php?q=преступность

1. Культура – це тривала і всебічна система традицій поведінки, характерна для усього суспільства або нації. Вона не вимірюється рівнем освіти або знань і не виявляється у ввічливості, «культурності» або «духовності», а скоріше є синонімом ментальності чи «національного характеру», - адже, як і вони, культура не піддається штучному коригуванню й у своїх принципових рисах не змінюється впродовж сотень літ. Інакше кажучи, «культура» - це термін, що описує, яким є даний народ. Скажімо, французи – життєрадісні й легковажні, винахідливі, але непослідовні, тоді як англійці – стримані і дещо зарозумілі, проте наполегливі й рішучі. Чи можна науково точно визначити, чий риси кращі? Звичайно, ні! Це дуже різні культури, які неможливо і не треба порівнювати.

Так само не можна виміряти, чий народ більш освічений, ввічливий чи «духовний», оскільки ці терміни припустимо застосовувати лише щодо окремих людей (які, відповідно, можуть бути і освіченими, і неосвіченими), а от до цілих народів – із багатовіковою історією та різноманітним складом – вони незастосовні. І якщо хтось пробує давати порівняльні характеристики цілим народам, мовляв, ці вищі, а ці нижчі, то це, по-перше, ненауково і безграмотно, а по-друге, є очевидним проявом шовінізму та расизму.

Отже, термін «культура» застосовується лише до таких масштабних явищ, як народ, етнос, і не застосовується до окремих людей чи малих груп. Якщо ж ми хочемо розглянути якісь великі групи, що існують в масштабі всього суспільства і впливають на всю його культуру, то ми використовуємо термін **«субкультура»**, який описує менш тривалу і більш односторонню сукупність традицій поведінки, що не принципово, але відрізняється від культури суспільства і характерна для таких груп, як соціальні страти, спільноти злочинців, національно-релігійні, вікові, професійні субкультури тощо.

Наприклад, в масштабі усього суспільства (хоч українського, хоч будь-якого ще) існує доволі згуртований нелегальний, «андеграундний» світ кримінальників та їх прихильників, що кидає виклик усім правилам пристойності «звичайних людей», яких вони зневажають, пишаючись своєю «інакшістю», зухвалістю щодо усіх норм і неспівчутливістю до «слабаків», які цим нормам підкоряються. Може здаватися, що цей світ, із його міфологією і традиціями, тобто ця субкультура є цілковито протилежною легальній культурі даного народу. Але це не так: французькі злочинці такі самі винахідливі і дотепні, а англійські – наполегливі та дисципліновані, як і всі інші їх співвітчизники, - їх відрізняє лише ставлення до офіційних правил та законів, а це лише невелика частка загальної культури.

Тобто, субкультура – це не модні течії в музиці чи літературі, одязі й поведінці, у настроях та ідеях молодіжної «тусовки» (рейв, реп, графіті, паркур, інші екстремальні види спорту, історична реконструкція, хіпстери тощо), яка іноді штучно створюється і вже точно – пропагується й використовується шоу-бізнесом та бізнесом взагалі (заради прибутків від продажу одягу, атрибутики, музики, фільмів, журналів та багато чого іншого, - хоча підліткам здається, що світогляд «емо» чи «готів» вони самі вигадали і вистраждали). Натомість справжня субкультура – це не таке мінливе і підвладне впливам явище, яким є будь-яка мода. Субкультура більш стійка, адже в ній виявляються і розвиваються, - хоча і дещо однобічно, - окремі якості цілісного національного характеру (який, в результаті такого розвитку не «псується», а лише поглиблюється, стає більш «рельєфним» і послідовним).

У тому ж прикладі із кримінальною субкультурою неважко помітити, що розвиваються нею насамперед риси агресивності, непокори, недовіри та неприхованого індивідуалізму, - риси, які самі по собі не є поганими, але в мирному і схильному до комфорту суспільстві не є затребуваними та поширеними, а відтак прояви цих рис та їх носії засуджуються й витискаються із суспільного життя. Дещо подібне відбувається і з будь-якою іншою субкультурою: вона більш чи менш не схвалюється соціумом, а її носії відтісняються у ряди маргіналів (адже це і є соціальний контроль, що підтримує найбільш загальні, домінуючі традиції), аж поки не виникне потреба у людях такої, рідкісної вдачі. Зазвичай це буває у часи суспільної кризи, коли мирні і дещо нерішучі «звичайні люди» виявляються безсилями, адже для швидких змін необхідна і лідерська агресивність, і «жорстокість» та принциповість індивідуалістів, і їх недовіра до виправдань та обіцянок.

І от тоді ці, зневажані попередньо традиції стають загальноприйнятими і «модними», адже їх носії тріумфально висуваються в політичне чи економічне керівництво, а головне – успішно справляються із суспільними проблемами. **Розвиток культури** якраз і відбувається способом змін у традиціях, що виникають не самі по собі, а завдяки переміщенню відповідних субкультур із периферії (із стану маргінальності) у центр культури суспільства, оскільки об'єктивно і навіть –

нагально необхідними для вирішення суспільних проблем стають навички поведінки і риси характеру (норми та цінності), що цінуються саме в цих субкультурах, а їх представники займають лідируючі позиції у соціальній структурі.

Історія показує, що в деяких країнах, як-от у Японії 1860-х років або Чилі 1970-х, де склалися традиції армійської дисципліни і поваги до війська (і друге було результатом першого), саме армійська субкультура стала основою культурного переродження і модернізації країни. В Афганістані та Ірані те саме зробили організовані носії ісламської традиції (таліби та аятоли). А от у нинішній Росії таку роль намагається взяти на себе спільнота й субкультура органів національної безпеки, яка зміцнилась і перетворилася на самостійну силу, оскільки була в СРСР протиставлена всьому суспільству, зберегла цю єдність і традиції, а тепер фактично прийшла до влади. Втім повага до «гебістів» у російському народі не дуже велика, та й приводів поважати себе вони давали нечасто, оскільки правил не дотримувались ніколи (на відміну, скажімо, від Чилі, де навіть підчас військового перевороту танки, що йшли на штурм президентського палацу, зупинялись на червоний сигнал світлофору). В Україні ж такої, традиційно організованої сили немає, а тому нерідко представники саме кримінальної субкультури намагаються на місцях наводити лад, якщо з цим не справляються корумповані владні структури.

Давайте підсумуємо: навіщо потрібна культура, в чому її користь і необхідність для суспільства? Всі ці питання є по суті розшифровкою терміну «**функції культури**». Їх три: а) функція *уподібнення та згуртування* даної спільноти через *відмежування* від інших; б) функція *звільнення від* необхідності індивідуального оцінювання та *вибору* поведінки; в) функція *орієнтування* у соціальних зв'язках. **Перша** з них (засвоюючи дану культуру, люди починають поводитися однаково і тому згуртовуються, адже завжди краще ставляться до схожих на себе і недолюблюють «білих ворон») описує таку користь культури, як створення нею великих соціальних груп (страт, військового чи ідейно-релігійного братства у масштабі всієї країни тощо), причому груп – добровільних, неформальних, які неможливо організувати силоміць і які є набагато більш згуртованими, аніж будь-яке примусове об'єднання.

Якраз у цьому, наприклад, відмінність такої формально організованої структури, як армія – від братерства однополчан, тобто традиційної солідарності людей, які звикли не підводити товаришів по зброї не тому, що за це можуть бути дисциплінарні покарання, а тому що так заведено серед справжніх військових, перевірених боями. І саме тому вони ретельно відмежовуються від несправжніх військових, що отримали звання й посади за штабні ігрища, а значить – покластися на них не можна. У чому ж іще виявляється культура, крім звички вірити «своїм» і не вірити всім іншим? В усіх тих зовнішніх і внутрішніх ознаках представників цієї спільноти, які зрозуміло для «своїх» і досить надійно показують, хто відноситься до цього кола, а хто – «чужий». Насамперед це специфічний жаргон, який є свого роду змовою «посвячених» проти всіх інших (адже ті, хто його не розуміє, викликають до себе насторожене ставлення). Втім, такою ж «змовою» є і більш чи менш помітна особливість одягу, жестів, мовлення, а тим паче – особливість думок, емоційних реакцій, інтересів і принципів, тобто всього того, що важко, а радше – неможливо підробити.

Друга функція пояснює той факт, що завдяки культурі люди можуть і не замислюватись самостійно, що і як правильно робити в тій чи іншій ситуації, а просто йти за певним груповим стереотипом. Це звучить не надто похвально для людського розуму, але насправді його і не слід використовувати на кожному кроці, для рішень щодо найдрібніших моментів своєї поведінки. Чи треба кожного разу наново задумуватись, у яку позу сісти, як рухати руками під час розмови, який хліб обрати на обід? Це забирало би надто багато часу і розумових сил, але не давало би жодного виграшу. Тому більшість дій люди роблять, як усі, а всі – як заведено у їх культурі чи субкультурі (це, пригадайте, так звана «традиційна дія»). І лише в тих нечастих ситуаціях, коли немає загальних традицій або особисті нахили і звички суттєво відрізняються від загальноприйнятих, а людина ще й здатна на вчинок, вона вчиняє по-своєму (і це все одно стається не внаслідок роздумів, а як «ціннісна дія»). А от насправді продумана і самостійна («ціле-раціональна») дія буває в усіх випадках, що залишились, тобто – як виняток.

І нарешті **третя функція** дає змогу не замислюватись над такими найважливішими для співіснування людей у суспільстві питаннями, як: з ким і як вітатись, у якій позі вислуховувати керівника і в якій – підлеглого, якими інтонаціями просити і якими – вимагати (щоби і те, і інше дало результат), як реагувати на представників протилежної статі або статі своєї, та й узагалі – як себе вести на людях, як досягати своїх цілей тощо. Це і є закріплені в суспільних традиціях «соціальні зв'язки», тобто манери поведінки щодо старших, молодших, знайомих і незнайомих, осіб

протилежної статі, осіб, яких ми просимо або які просять нас і так далі. Мабуть, очевидно, що людина, яка не знає всіх цих тонкощів, приречена на суспільні й особисті невдачі: її, щонайменше, не розумітимуть і будуть уникати, а в гіршому випадку з неї глузуватимуть, її будуть підозрювати й ненавидіти. І очевидно, що вивчити все це у школі чи з книг не вдасться: про це й пишуть нечасто, і пояснити на папері особливості міміки та інтонацій неможливо. Тому культура передається шляхом соціалізації, тобто цілісного копіювання поведінки оточуючих: чим краще повторюєш за іншими, тим більше тебе цінують, а чим гірше це виходить, тим більше ти викликаєш підозри.

Культура існує лише там, де поведінка в усіх навколо однакова, і саме тому вона здається очевидною й беззаперечною, не викликаючи потреби напружуватись над вибором. Саме для цього в культурі виробляються відповідні стереотипи мислення, поведінки та емоційного реагування, які – при всьому розмаїтті індивідуальних особливостей – дозволяють не просто розуміти одне одного, а ще й досягати цього легко і швидко, не задумуючись над власними діями і над значенням дій інших. Причому дозволяють це навіть людям із слабкою здатністю до співчуття та розуміння інших (із нерозвинутим «соціальним інтелектом», як це називають психологи).

Натомість якщо традиції суспільної поведінки зневажаються і культура, відтак, руйнується і перестає виконувати свої функції, то люди не розуміють і дратують одне одного, ведуть себе егоїстично (соціальна атомізація й аномія) і намагаються не допомогти, а нашкодити іншим (хоча це їм об'єктивно не вигідно і обертається проти них). В таких умовах «взаємного відштовхування» кваліфіковані й чесні люди, як правило, не об'єднуються і не підіймаються по соціальних сходах, тоді як безпринципні «двієчники» швидко влаштовують мафіозні клани (корпорації) і видираються нагору завдяки жорстокості до інших та відданості своїм. Саме цю закономірність ми і бачимо сьогодні в Україні.

Робимо висновок, що культура створює певні, підсвідомо зрозумілі «своїм» коди емоційної, розумової, індивідуальної та соціальної поведінки, які виконуються й розпізнаються автоматично і тим самим дещо уніфікують поведінку, а значить роблять її більш зрозумілою, звільнюючи при цьому розум для вирішення більш важливих і складних проблем, а також дозволяючи легко і впевнено виявляти, кому із оточуючих можна довіряти і наскільки. Втім, так буває лише тоді, коли в суспільстві існує сформована і стійка культура та основні субкультури великих груп (стратових груп, релігійно-ідеологічних та професійних, включно із військовими, чиновниками, студентами, лікарями тощо).

На жаль, в Україні єдина нація остаточно не склалася, а горизонтальні соціальні страти ще далеко не сформовані, а значить немає і спільних традицій (субкультур) для кожної страти, і беззаперечної, панівної культури для всієї країни. Саме це і спричинює надмірну кількість чвар, конфліктів, непорозумінь і просто шкідливих дій, що мають місце у нас в усіх сферах і на всіх рівнях.

2. Отже, існує культура завдяки визнанню і виконанню її традицій більшістю населення. Проте розвивається вона не всіма відразу (не «народом», як любили у нас казати) і водночас – не окремими, видатними митцями та мислителями. Культура, як ми вже пояснили, розвивається в окремих, маргінальних спільнотах, які стають популярними в силу затребуваності у суспільстві тих рис характеру і поведінки, що тривалий час культивувались у цих субкультурах. І якщо ці риси проходять випробування часу і доказують свою ефективність у наявних суспільних умовах, то їх починають переймати і всі інші члени суспільства. Однак відбувається це не водночас в усіх соціальних стратах: нижчі страти традиційно більш консервативні, а вищі, навпаки, – більш сприйнятливі щодо будь-яких інновацій.

Очевидно і те, що представники «модної» на даний час субкультури (тої, що висувається у центр культури суспільства) стають не лише «законодавцями моди», але й політичними та економічними лідерами, тобто здійснюють вертикальну мобільність, пересуваючись у вищі страти. У цих же стратах знаходяться і найбільш сприйнятливі до нових традицій члени суспільства, від яких уже вони поширюються на середні, а пізніше – і на нижчі страти. Отже, перший **механізм передачі нових культурних зразків у суспільстві** – це почергова вертикальна соціалізація, тобто соціальне наслідування поведінки вищих страт нижчими. Саме таким чином нова культура поступово стає всезагальною, засвоєною усіма, хоча і не в однаковій мірі: вищі страти не тільки менш консервативні і більш творчі щодо нововведень, вони ще й переймають їх від «першоджерела», тоді як нижчі страти сприймають ці традиції пізніше і з «других рук», а тому – більш спрощено і формально. Через це культура, хоча і є спільною для всього суспільства, але дещо відрізняється у кожній страті.

Втім, цей механізм передачі культури діє лише в тому випадку, якщо між стратами у суспільстві існує не надто великий розрив у їх економічному та соціальному статусі, а також – у їх традиціях. Інакше кажучи, якщо «верхи» сильно відрізняються від «низів», і не тільки матеріально (як це є у нас сьогодні), але й за манерами поведінки, смаками, уявленнями про добро і зло, - причому відрізняються настільки, що не розуміють наміри і дії одне одного (як іноземці із дуже далеких країн), - то при такій культурній прірві між стратами нижчі з них перестають копіювати манери вищих і трансляція культурних зразків припиняється. Отже, головною **умовою** для реалізації даного механізму передачі культури є така культурна і матеріальна близькість між стратами, що залишає реальну можливість для представника кожної страти перейти до наступної і легко адаптуватись у ній, а це, у свою чергу, живить не лише його прагнення перейти, але і бажання бути схожим на людей того рівня, якого він прагне досягти.

Другий **механізм передачі нових культурних зразків у суспільстві** – це виконання елітою суспільства своєї «взірцевої» функції, тобто демонстрація зразків поведінки, які дійсно являються найкращими, правильними, еталонними. Мова не про те, що ці люди мають бути справді бездоганними, - ідеальних людей не буває, а якщо є, то вони не піднімаються високо по соціальних сходах. Мова про те, який образ, імідж вони створюють у суспільній свідомості, і наскільки вони дбають про створений ними образ. Адже з точки зору культури, еліта – це не зібрання кращих політичних, економічних і духовних діячів (хоча непогано, якби так і було), еліта – це система переконливих іміджів, яка стимулює членів нижчих страт прагнути стати краще, ніж вони були (у професійних і моральних характеристиках), аби наблизитись до цих, визнаних зразків.

Більше того, з точки зору культури, еліта – це не найвпливовіші реально, а найбільш відомі, обговорювані люди із даної сфери суспільного життя, так би мовити – «фронтмени». Реально найвпливовіші можуть і не афішувати свій вплив, і знаходитись у тіні більш яскравих і балакучих діячів, які насправді є їхніми маріонетками. Ця, істинна «верхівка» не відома масам і не існує у суспільній свідомості, а відтак і не є культурною елітою. Отже, в рамках даної теми ми говоримо лише про публічних представників вищої страти, які повинні створювати імідж високоосвічених і висококваліфікованих, чесних, мужніх людей, що готові боротися із несправедливістю і велетенськими проблемами заради спільного блага, навіть ризикуючи власним життям і перебуваючи наодинці із безліччю ворогів. Звучить пафосно, але маси «ведуться» на подібні байки, принаймні, якщо вони майстерно подаються цим масам.

Втім, тут неправильно говорити тільки про мистецтво обману: імідж лише підкреслює найкращі риси людини (маскуючи гірші), але ці риси і відповідні їм вчинки все ж таки мають бути наявні, - адже скільки гриму не накладай на підлу й боягузливу людину, проте героя з неї не виліпиш! Крім того, імідж потрібно не тільки створювати, але й підтримувати, тобто уберігати імідж від усього, що його псує. І робиться це (в демократичних країнах, адже в диктаторських – культурної еліти нема), здебільшого, не приховуванням ганебних учинків, а усуванням із еліти людей, що себе зганьбили. Внаслідок цього у суспільстві «наверх» підіймаються люди, які вірять у необхідність бути чесними і мужніми, і навіть якщо вони втрачають цю віру, то все одно змушені відповідати заявленому іміджу, оскільки система викине їх із публічного життя, як тільки вони зганьбляться. Тому вони можуть бути й нечесними, аби лише не «засвітитися».

Відмінність наших політиків, бізнесменів та інших публічних людей у тому, що вони і не створюють собі зразковий імідж (турбуючись про це хіба що підчас передвиборчої кампанії), і не відбираються «наверх» за найкращою здатністю демонструвати взірцеві риси та реально володіти ними хоч до якоїсь міри, і, що найгірше, не усуваються із еліти, коли стає широко відомо про їх «нечисті» справи. Звичайно, це «провина» системи, яка не виконує функцію відбору в еліту взірцевих кандидатів (така система у нас просто ще не склалася, адже вона завжди є результатом сформованої системи стратифікації), але і самі члени «верхівки» могли би розуміти важливість репутації та культурного впливу на маси, якби не були настільки соціологічно безграмотними й недалекоглядними.

Очевидно, що для реалізації цього, другого механізму передачі культури (тобто виконання елітою «взірцевої» функції) необхідна робота першого механізму, того, що забезпечує стійку тенденцію спадного розвитку субкультури страт (тобто – бажання і можливість кожному наслідувати манери поведінки найближчої страти задля перспектив просування «наверх»). Це означає, що головною **умовою** реалізації другого механізму передачі нових культурних зразків у суспільстві є неперешкоджувана соціальна мобільність, тобто гарантована суспільною системою можливість підняти вище по якихось соціальних сходах (економічних, політичних або професійних, дивлячись

по тому, який вид стратифікації приваблює людину найбільше), - можливість, яка не є надміру недосяжною, аби не вбити саме прагнення ставати краще та просуватися нагору, і водночас не є надміру доступною, аби «наверх» не пробилися енергійні нездари.

Тобто культура, з одного боку, забезпечує функціонування соціальної стратифікації та мобільності (адже саме наявність авторитетної для всіх субкультури забезпечує згуртування і, взагалі, існування кожної страти), а з іншого боку – сама прямо залежить від функціонування цієї соціальної системи (адже без стратифікації та мобільності культура не транслювалась би у суспільстві, а значить – і не розвивалась би та, навпаки, деградувала, втрачала би свою беззаперечність в очах людей і цим призводила до соціальної атомізації та аномії).

Англійський психолог У.МакДауголл (1871-1938) був першим, хто виявив названі у попередньому пункті закономірності. Зокрема, він стверджував, що відставання царської Росії у суспільному розвитку пояснювалось відсутністю багаторівневої соціальної стратифікації: наслідувати поведінку аристократії селяни були нездатні в принципі, а середнього класу там просто не було (на відміну від Англії, де він був і запозичував у «верхів» нові, буржуазні правила життя, передаючи їх далі, нижчим прошаркам). Саме тому, зрештою, ця культурна прірва і розколола суспільство підчас Російської революції 1917 року, поводячи знищення аристократії у ході Громадянської війни та Великого терору, а також – подальше формування культурно цілісного суспільства (хоча і, на жаль, достатньо плебейського, люмпен-пролетарського за своєю ментальністю).

Натомість, Китай, на думку МакДауголла (і у його часи), взагалі не прийняв західної, буржуазної цивілізації, оскільки у ньому не було впливової аристократії (тобто – еліти загальнонаціонального масштабу), яка могла би засвоїти та у привабливій формі продемонструвати народу зразки економічної раціональності, конкуренції та організації. Варто зауважити, що саме таку еліту у більш пізні часи створила Компартия Китаю, і ця еліта наприкінці ХХ століття виявилась здатною творчо переробити західну економічну раціональність і поширити її по всій країні. А в Японії такий самий процес відбувся і швидше, і раніше, оскільки ще у кінці ХІХ століття її самурайська аристократія була не тільки достатньо впливовою, але і сприйнятливою до новацій, а зразки її раціонально-ділової поведінки крок за кроком засвоювалися нижчими прошарками, і внаслідок цього країна досить швидко модернізувалась⁶⁴.

Як бачимо, у досягнутих різними країнами результатах суспільного розвитку визначальними є саме **культурні чинники**, а не економічні або технологічні. Інакше кажучи, розмір капіталовкладень або впровадження найсучасніших технологій самі по собі не гарантують економічного процвітання та соціального благополуччя, якщо суспільство виявляється культурно неготовим до нових взаємовідносин і манер поведінки, що потрібні для ефективного використання цих технологій. Такий висновок суперечить ідеям економічного детермінізму К.Маркса та багатьох сучасних економістів і політологів, однак він цілком підтверджується практикою.

Наприклад, вища освіта багатьох лідерів африканських країн (отримана, до того ж, у найкращих європейських університетах), а також економічна, технологічна й консультативна допомога Заходу жодним чином не уберегли їхні країни від жахливої корупції, тиранії, міжплементних війн, геноциду та злиднів. І чим потенційно багатшою була така країна (з огляду наявності у ній корисних копалин та інших можливостей), тим більшого зубожіння досягала вона у своєму державно незалежному розвитку (гіршого, ніж у часи колоніалізму).

Цей парадокс пояснюється тим, що суспільство є чимось набагато складнішим і масштабнішим, аніж якась бізнесова чи громадська організація. І функціонує суспільство на цілковито інших законах, аніж ті, що вивчаються у рамках менеджменту. А між тим, навіть у менеджменті зараз все більш важливим і ефективним вважається створення й поглиблення корпоративної культури. Тим більше це стосується такої багатофакторної системи, як суспільство, в якій саме пануючі традиції поведінки (тобто – культурні чинники) визначають спосіб і ефективність використання природних, економічних, політичних та інших можливостей країни.

Розглянемо, щоб далеко не ходити, наш ВНЗ і, зокрема, впровадження у ньому такої новітньої технології, як кредитно-модульна (так звана «Болонська») система вищої освіти, що доволі непогано діє у розвинутих країнах і зазнала невдачі (за визнанням навіть міністра освіти) у нас⁶⁵. Вимоги

⁶⁴ Див. про це: Оссовская М. Рыцарь и буржуа. – М., 1987. – 528 С., с.37 (або за електронною адресою: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Ossov/01.php).

⁶⁵ Див.: http://mt.ru.com/?page_id=1588; <http://www.segodnya.ua/politics/reforms/Tabachnik-priznal-proval-bolonskoy-sistemy-v-ukrainskih-vuzah-435814.html>; <http://www.envila.by/info/bolonskaya-sistema-obrazovaniya-chto-eto-i-pochemu-ee-net-v/>

«Болонської системи» нічим принципово не гірші чи важчі за будь-які інші, у тому числі й ті, що були у нас до неї. Проте в рамках даної системи студент повинен самостійно розібратись із регламентними вимогами (адже якщо він пускає пояснення повз вуха і не вдумується в них, то він не знатиме про деякі можливості заробити чи втратити бали і набере їх надто мало), більше того, - вимагати дотримання їх викладачами (щоби не допускати свавільного зниження балів), а головне – змусити самого себе працювати систематично (без прогулів і недбальства) і не втрачати можливостей отримання балів.

Тобто студент у «Болонському» виші має вчитися сам, щоби отримувати кращі бали, кращий диплом і, зрештою, кращу роботу. І він сам має вимагати, щоби йому для цього надали необхідний навчальний матеріал, обладнання, консультації тощо. А наш студент звик, що його вмовляють послухати, потім ще тричі пояснюють, а зрештою – пробачають його неухважність і забудькуватість, - адже в нашій країні саме такою є культура освітньої системи (тут надто жаліють нездар і не цінують розумних). На Заході слабких студентів не вмовляють, а просто виганяють із вишу (і це ще один стимул працювати старанно); у нас же – бояться, аби не зменшився контингент. Щоправда, і в Україні є виші, де легко відраховують «двієчників», і їх авторитет і контингент лише збільшується. Однак, щоби зрозуміти цю парадоксальну закономірність і наважитися на подібну стратегію, цілковито інша культура мислення потрібна вже від керівництва факультетів і вишу в цілому, - а значить, ні культура студентів, ані культура викладачів Болонській системі просто не відповідають, і жодними фінансовими вливаннями цього не виправиш.

3. Можна сказати, що з точки зору її формування, культура – це соціальний механізм, який «легалізує», узаконює в очах суспільства достатньо розповсюджені звички найбільш впливових соціальних груп, перетворюючи ці групи та їх манери із дещо дивних для більшості – на модні та гідні наслідування. Що таке, наприклад, ринкові цінності (цінності економічної стратифікації), якщо їх перекласти на бажання й мотиви окремого індивіда? Це просто жадоба до грошей, в підґрунті якої лежить мотивація самозахисту, тобто прагнення уникнути загрози голоду та безпритульності шляхом відкладання «на чорний день» грошових заощаджень. Однак поки ця жадоба була індивідуальною чи груповою звичкою, вона мала усі риси недалекогоглядної жадібності, що відштовхувала від себе більшість оточуючих і не приносила кінцевої, справжньої вигоди її носіям. Тоді ж, коли вона «окультурилась», тобто стала поступово загально визнаною традицією поведінки (нормами та цінностями суспільства), вона стала і більш розумною, помірною у найближчих вигодах і більш націленою на перспективу. Саме так і сталося із жадібністю перших лихварів та мінйял у всіх розвинутих ринкових суспільствах.

А розвивається подібне «окультурення» описаним вище шляхом поступового транслювання зразків нової поведінки від вищих страт (куди піднялись представники найбільш ефективної для нових умов субкультури) до середніх і нижчих. І саме тоді, коли ці зразки стають всезагальними, вони перетворюються на нову культуру суспільства, тобто – «окультурюються», стають шанованими і беззаперечними, а головне – вони проходять свого роду апробацію масовим використанням і відсіювання нежиттєздатних елементів такої поведінки. А тому «жадібність» не просто перестає сприйматися іншими як вада, вона і справді перестає бути недоліком: із неї усуваються засліплюючі емоції власницьких бажань і напрацьовуються традиції приборкування короткозорого егоїзму, традиції підпорядкування більш далеким особистим вигодам і загальним принципам окремих спільнот і суспільства в цілому.

Більше того, «окультурення», а точніше – поглиблення культури відбувається у суспільстві і далі, адже спершу люди привчаються підпорядковуватися традиціям невеликої спільноти, тобто тієї групи, до якої вони безпосередньо належать і яка може їх доволі жорстко покарати за нехтування своїми традиціями (соціальний контроль малих груп), а згодом при звичаються не порушувати і більш загальні правила, за порушення яких відбувається лише моральний осуд (соціальний контроль великих груп і всього соціуму). І чим довше розвивається цей процес, тим більш чутливими до громадської думки стають люди, більш чесними (завдяки звичці, а не страху) і доброзичливими одне до одного, а також – більш розумними у своїх традиційних діях. Що, власне, і означає збільшення глибини культури.

Отже, **глибина культури суспільства** визначається тривалістю безперервного розвитку культури (тобто відсутністю державних спроб її змінити, карати її носіїв та насаджувати інші традиції) і виявляється у ступені гуманності та розумності традицій. Ми вже пояснили, що таке розумність (далекоглядність) та гуманність (тобто справедливість та людяність) загальносуспільних

традицій. Варто лише додати, що ця гуманність із плином часу збільшується навіть в антисупільних, злочинних субкультурах, які завдяки безперешкодності свого розвитку і тривалості існування поступово переходять від явного «безпределу» до якихось «воровських» традицій (наявність яких завжди є кращою для суспільства, ніж їх відсутність), а згодом – і до мирного співіснування із незлочинним оточенням завдяки виробленню розумних правил і виконанню якоїсь, корисної для суспільства функції (що, таким чином, робить цю субкультуру із антисупільної – у нормальну, легітимну для масової свідомості).

Слід, однак, зауважити, що настільки позитивний розвиток не найкращих спершу традицій можливий тільки тоді, коли цей розвиток не переривається насильно і традиції – не руйнуються. Неважко здогадатися, що зламати традиції, які вже набули певної масовості й авторитетності (нехай і в порівняно невеликих субкультурах), здатна лише одна сила – держава із її каральними органами та схильністю усе контролювати і в усе втручатися із витонченістю слона у посудній крамниці. Прагнучи все і швидко зробити «правильним», держава нерідко вдається до повчально-силових засобів замість того, щоби самій (в особі її вищих посадовців) показувати зразки поведінки, яку її керівництво вважає правильним. На жаль для держави, традиції силоміць не виправиш: історичний досвід показує, що надмірним адмініструванням їх можна зламати і знищити, але не змінити. Інакше кажучи, щоби запровадити нові традиції, їх треба без поспіху прищеплювати, транслювати від «верхів» донизу (розуміючи, що це забере не одне десятиліття), і для цього – самим їх дотримуватися, а якщо керівники на це не здатні, то слід поступитися місцем тим лідерам, у кого такі традиції є.

Яскравим прикладом описаного вище втручання держави у розвиток субкультури була боротьба проти так званих «зłodіїв у законі», започаткована керівником СРСР М.Хрущовим. Він був відомий тим, що воював із усім, чого не розумів (а такого – в силу його неосвіченості – було багато), але вже боротьба із злочинністю здавалася йому виправданою на двісті відсотків. Однак біда у тім, що моральне, а подеколи і фізичне знищення носіїв традицій зовсім не було зазначеною боротьбою, - вони не поширювали злочинність, а обмежували її: не давали хуліганам «розгулятися» до «безпределу» і стримували їх чисельність, а професійних злочинців «навчали манерам», примушуючи дотримуватись правил («понятій») і вгамовувати найгірші риси (жадібності, люті, жорстокості). Завдяки ним серед професійних злочинців стало прийнятим і шанованим не красти нічого у тих, що живуть незможно, а значить – чесно. Скажімо, помітивши, що в холодильнику майже нічого немає (часи дефіциту!), зłodій, який себе поважає, розвертався і йшов геть, навіть не винагородивши себе за зусилля по проникненню до квартири.

А після того, як «зłodіїв у законі» знищили або «декоронували» (і це ще дуже м'яке формулювання для того, що відбувалося насправді), різко і сильно зросла вулична злочинність, війни за перерозподіл території, злочини проти простих людей (а не багатіїв або держави). Власне, таких прикладів було чимало, і не тільки в нашій країні. Проте із них не слідує, що із злочинністю не треба боротися: кожен злочин, в ідеалі, має бути покараний, - але державі не треба боятися процесів неформальної самоорганізації, в тому числі і в антисупільних групах. Самоорганізація, тобто прагнення навести порядок, створити правила і добитись їх виконання у даній спільноті, - це, фактично, те саме, що і правова система держави. Відмінність лише в тому, що закони самоорганізації – неписані, вони базуються не на прямому примусі, а на соціальному контролі всієї спільноти, не на страху перед покаранням, а на авторитеті традиції. І якраз у цьому їх сила і перевага перед писаними законами. Їх авторитет напрацьовується впродовж тривалого часу, а зруйнований може бути миттєво. Саме тому державі і не варто на нього зазіхати: керувати ним не вдасться, а навести лад без допомоги традицій і соціального контролю, лише силовими, каральними методами просто неможливо.

4. Отже, культури бувають різні, і жодна з них не є кращою або гіршою порівняно із іншими (навіть – злочинна субкультура із її «поняттями», «наколками» та піснями у стилі «шансон»). Вимірювана різниця між ними може бути лише у тому, наскільки давно існує та чи інша культура, наскільки її традиції стали міцними та авторитетними, тобто наскільки зросла її глибина. Але наука не може обмежитись простою констатацією різноманітності і рівноцінності усіх культур, вона повинна їх класифікувати. Усе розмаїття культур можна розділити на два основні типи: 1) **«культура сорому»** – тобто традиції цінувати насамперед думку оточуючих і боятись осоромитись перед ними (історично переважає у хліборобських спільнотах, із колективістським складом характеру, зокрема і в українців); 2) **«культура вини»** – традиції цінувати насамперед власну думку про себе і боятись

завинити перед своїм сумлінням (історично переважає у кочових і агресивних спільнотах, з індивідуалістичним складом характеру, зокрема і у злочинців).

Що нам дає цей розподіл? Він дозволяє зрозуміти, що народи, які живуть абсолютно порівню, не можна міряти однією шкалою, вважаючи когось «відсталими», а когось – «передовими». Кожен народ (інакше кажучи – кожену культуру) треба оцінювати в тих одиницях, у яких і виявляються напрями його прагнень, його цінності та норми. Араби, китайці, казахи або росіяни більше стурбовані тим, що про них подумують оточуючі, а тому вони легко по жертвують доцільністю та вигодою заради престижу, пошани та репутації (причому – в очах тих, кого вважають «своїми» і важливими, референтними для себе). Західним же людям така нераціональність видається проявом «розумової обмеженості» та відсталості суспільного розвитку. Іноді в це починають вірити і самі носії культури «сорому», і тоді їх самооцінка катастрофічно падає, адже стати настільки самостійними й емоційно незалежними від думки інших, як представники «культури вини» вони об'єктивно не можуть, а бути собою вже не хочуть. Спасає їх від цієї безвиході лише засліплений націоналізм, який огульно принижує усе чуже або проголошує, що «це ми його і винайшли, а вони – вкрали». Втім, такі «ліки» гірші за саму хворобу нерозуміння і недооцінки власної культури.

Насправді ж треба просто зрозуміти, що наші успіхи лежать не в площині вміння розштовхати конкурентів ліктями і пройти по головах, не зважаючи на їхні зойки. Наша головна здібність (якої немає у західних людей) – це вміння зважати на інших, без підказки скоординуватись із ними і навіть входити у свого роду «резонанс» із колективом, який на практиці називають ентузіазмом, згуртованістю, миром і злагодою. А те, що ця здібність може давати і матеріальні, високотехнологічні вигоди для суспільства, показує приклад тієї ж Японії, яку ми вже не раз згадували. І якщо у нас так не виходить, то не тому, що маємо якісь органічні недоліки, а тому, що не вміємо користуватися своїми перевагами. Отже, замість того, аби насаджувати чужі культурні зразки, краще піднімати престиж власних традицій, пропагувати їх поведінкою «верхів», а головне – використовувати свої вміння, впроваджуючи найбільш придатні для нас організаційні форми.

Причому варто розвивати всі соціальна та національні культури та субкультури, для чого треба доброзичливо їх сприймати і вміти використовувати їх кращі сторони на благо суспільства. Якраз ця толерантність і є ознакою розвинутих країн, а її відсутність є гальмом на шляху розвитку України. І мова не тільки про більш-менш очевидні національні чи регіональні суперечності, але й про ті, яких люди не розуміють, бо не визнають самого факту відмінностей. Такими, наприклад, є відмінності сільської та міської культури: більшість людей не вважає їх чимось природним, а головне – нормальним для обох сторін. Дійсно, ми говоримо однією мовою (хоч іноді – зі своїм акцентом), вчимося за однією програмою і дивимось одне телебачення. Тож будь-які відмінності зневажливо приписуємо або малограмотності селян, або зазнайству міщан, тоді як насправді вони є закономірним і неминучим наслідком суттєво різного способу життя.

Взагалі, нетолерантність завжди є результатом невизнання й нерозуміння того, що дратуючі нас відмінності якихось людей спричинені не вадами, яких вони не хочуть виправити, і не їх «недорозвиненістю», на котру їм треба вказати, а їх одвічною природною рисою, яка може виявлятися як із кращого боку, - якщо суспільство знайшло їй конструктивний вихід, - так і з гіршого, якщо з нею борються і налаштовують цих людей проти себе. Прикладом може бути і невизнання росіянами (принаймні їх владою) факту, що українці – то інший народ, а не просто зіпсовані «москалі», і те, що Крим (або Донбас) і решта України не розуміють одне одного, і те, що селяни і міщани дуже часто вступають у культурний конфлікт між собою. Тому варто припинити прагнути до уніфікації, визнати закономірність наших відмінностей, зрозуміти їх і навчитись отримувати з них користь.

Розглянемо особливості **сільської культури**:

1. Невміння користуватись вільним часом у силу нерівномірної завантаженості аграрною працею протягом року (частину року працюють по 16 годин на добу, а взимку не знають, чим себе зайняти).

2. Персоніфікація міжособистісних відносин, тобто витіснення і заміна всіх інших типів відносин неформальними, довірливо-особистими (село являє собою невелику за чисельністю територіальну спільноту, майже всі члени якої перебувають у прямій чи опосередкованій спорідненості – кум, сват, брат і т.д.).

3. Щільний неформальний контроль за поведінкою кожного члена такої локальної спільноти (все життя селянина проходить на очах односельців) та значна й примусова уніфікованість соціального становища селян.

4. Особлива якість міжособистісних відносин в селі – підкреслена грубуватість і фамільярність у спілкуванні одне з одним (звернення на «Ви» вважається ознакою міста, визнається «тикання» і звернення один до одного по імені або лише по батькові).

5. У потоці інформаційного обміну в селі основну роль виконують чутки, місцева інтерпретація будь-яких подій, яка домінує над офіційною чи загальноприйнятою.

6. Практично всім жителям села притаманний обмежений життєвий досвід: мало хто з селян, особливо в попередні часи, залишав межі свого села. Крім того, менталітет селянина украй консервативний і тому слабко узгоджується з мінливим міським життям.

7. Господарювання явно більш ризиковане, ніж у місті, а загрози – серйозніші, тому більшою є і питома вага колективної діяльності (навіть перегляд телепередач відбувається колективно – всією сім'єю або дружньою компанією), що – поряд із кумівством – схиляє селян до корпоративності, тобто «кругової поруки», недовіри до «чужих» і бажання «не здавати своїх», навіть якщо вони винні.

8. Орієнтація на зовнішню оцінку своїх дій, «культура сорому».

9. Обмежене культурне дозвілля, недоступність для селян музеїв, виставок, театрів і т.д. не розвивають кругозір, культурні запити та смаки.

10. Раннє заняття фізичною працею на відкритому повітрі сформувало негативне ставлення до фізкультури, дієт та завчасної турботи про своє здоров'я.

Особливості міської культури:

1. Більша кількість вільного часу, більше наявних зразків поведінки і більша свобода індивідуального вибору поведінки через меншу щільність і прискіпливість соціального контролю.

2. Менше, ніж у селі, ризиків у забезпеченні життя найбільш необхідним і більша частка незалежної від інших діяльності, а відтак – слабша готовність до взаємодопомоги, анонімність, знеособленість і формальність соціальних відносин, індивідуалізм і відчуття «самотності в юрбі».

3. Готовність до взаємної довіри та індивідуального партнерства (а не колективізму), законслухняність і виконавська дисципліна, схильність створювати і виконувати правила та відчуття своєї захищеності ними.

4. Ввічливість, дотримання правил пристойності, навіть коли цього не бачать інші, орієнтація на власну оцінку своїх дій, «культура вини».

5. Значна й неоспорювана соціальна стратифікованість міського населення.

6. Готовність до змін та швидкого темпу життя, вміння планувати і виконувати свої плани.

7. Сильні нервові навантаження і навіть зриви, які, тим не менш, загартовують характер та стресостійкість (роблячи її більшою, ніж у селян).

8. Повага до знань та кваліфікації, вміння і готовність учитись, в т.ч. і на власних помилках.

9. Активність у споживанні мистецтва та художньої культури, а також у випробуванні себе у різних сферах життя та самореалізації.

10. Активна громадянська позиція та соціальна активність.

Можна не повторювати, що жодна з перелічених особливостей цих культур (як і будь-яка неназвана) не є недоліком цих людей і не повинна ставитись їм у провину. Навпаки, треба знайти переваги цих особливостей і способи їх застосування, - розуміючи, що поки цього не зроблено, на перший план «випиратимуть» гірші їх прояви, особливо коли представники цих культур здійснюють горизонтальну мобільність і масово опиняються у маргінальному становищі, як це відбувалося в Україні при переїзді 20 % населення із села у місто в 1950-х – 1970-х роках.

Переселення сільських жителів у міста – класичний приклад маргіналізації, яка посилювалась іще більше тим, що ці переселенці жили у нашвидкуруч побудованих бараках, не пристосованих для нормального життя (що знижувало самооцінку їх мешканців), та ще й у тіснязі, яка не тільки стимулювала дратівливість, але й формувала – завдяки тривалому компактному проживанню – протиправну маргінальну культуру, в якій природна підозріливість селян до «чужих» знаходила пояснення їх кар'єрним невдачам не у їх несамостійності та неорганізованості, а в упередженості та ворожості до них місцевих жителів, і цим виправдовувала їх мафіозну корпоративність, котра, власне, і спонукала патологічне розповсюдження тут кумівства і «блату».

5. «Культуру» варто відрізнити від «цивілізації». Попри їх схожість, ці терміни описують протилежні характеристики і стани суспільства. Культура – це, можна сказати, ментальність певного народу, тобто те, що складалось, «нашаровувалось» віками, залишаючись цілісним національним характером, який із часом тільки все більше виявляв себе у різних сферах як особлива манера поведінки. Чим більш послідовно суспільство дотримується своїх традицій, тим більш цілісним і

налагодженим стає соціум. Так само, як окрема людина, якщо вона не зраджує своїм первинним нормам і цінностям, а розвиває їх, то поступово стає цілісною особистістю. Натомість, **цивілізація** – це технічно-організаційні досягнення, насамперед – у військовій та, останнім часом, у споживацькій сфері, що дозволяють облегшити життя певній частині людей як за рахунок знять та пристроїв, так і через інтенсивну експлуатацію підкорених народів чи їх природних ресурсів⁶⁶.

Інакше кажучи, культура – це те, «ким народ є» за своє суттю, а цивілізація – це те, «чим він володіє». «Цивілізованими» вважають людей, які мають достатньо складні й різноманітні засоби праці, а також – раціональні, ефективні форми організації колективної роботи, що дозволяють їм отримувати надмірні обсяги цінної для навколишніх народів продукції, а потім, після досягнення монополії на торгівлю нею, користуватись надприбутками для іще більшого закабалення інших народів і створення комфорту й розкоші для власного. Як правило, цей «економічний імперіалізм» супроводжується й підкріплюється справжнім, державно-політичним імперіалізмом, тобто створенням багатонаціональних імперій, колоній або політичних сателітів, - причому це також досягається використанням технічної й організаційної переваги у військовій сфері. Нарешті, насаджується і «культурний імперіалізм», що являє собою державну політику масованої експансії своїх культурних зразків на інші країни із ідеологічною метою переконати всіх у своїй всебічній вищості та створити модернізаційну моду на раболіпне копіювання імперських зразків (що закріплює відставання, адже копія завжди гірша за оригінал).

Отже, цивілізація – це процес і результат підкорення і трансформування зовнішніх щодо даної спільноти людей умов її життя (зокрема, підкорення інших народів і трансформування їхнього способу життя на догоду якості життя «цивілізованої» спільноти). Тоді як культура – це процес і результат оволодіння людьми своїми внутрішніми можливостями та їх розвиток і трансформування у справжню майстерність в усіх видах діяльності (що можливо лише через самореалізацію своєї ментальності, своїх нахилів та здібностей). Відмінність цих двох явищ очевидна, втім вони зовсім не взаємовиключні, – навпаки, розвиток культури стримується і навіть зупиняється через брак цивілізованості, а поступ останньої неможливий без відповідної глибини культури.

Більше того, західні народи, які, вочевидь, більше схильні до розвитку цивілізації (аніж всі інші), теж мають кожен свою культуру, котрі можна віднести до одного з двох вище згаданих типів. Розглядаючи Західну Європу, південні країни і народи можна віднести до «культури сорому», а північні, навпаки, - до «культури вини». Перші з них (Франція, Італія, Іспанія) – це переважно католицькі країни, що деякою мірою відстають у соціально-політичному та економічному розвитку від других, більшість населення яких – протестанти за віросповіданням, а головне – представники більш енергійної, індивідуалістичної культури. Цю закономірність першим сформулював і пояснив М.Вебер у роботі 1904 року «Протестантська етика та дух капіталізму»⁶⁷. Втім, для соціології важливе не те, що протестантизм – це новий релігійний напрям (в рамках християнства) або нова мораль (адже релігію і мораль вивчають інші науки), а те, що він поступово створив нову культуру, яку називають протестантською культурою праці (або протестантською трудовою культурою).

Протестантська трудова культура – це традиції професійного ставлення до своєї справи, які базуються на ідеї випробування власної (наперед визначеної богом) долі через наполегливі намагання досягти матеріального успіху майстерним трудом. У цій культурі (що виникла на основі протестантського напрямку у християнстві) шанувалась заслужена заможність, яка вважалась ознакою таланту, а значить і богообраності, тоді як бідність уважалась ознакою лінощів і була ганьбою; і саме це утримувало людей від колективістських акцій протесту, заворушень і злочинів, а відтак і сприяло розвитку ринкового суспільства. В католицьких країнах (а також православних і, згодом, комуністичних) бідність офіційно вважалась благом, а тому люди багатіли, але «соромливо», точніше – без будь-якої культурної регламентації і без соціального контролю, а отже і не перебирали у методах. Натомість протестантські країни не мали особливих проблем із зловживанням владою, корупцією, із марнотратством одних і злиденністю інших, а тому вони швидше досягли високого економічного і соціального розвитку, і по сьогодні мають очевидні переваги у цьому перед католицькими країнами.

Визначення ключових термінів теми №11:

1. **Культура** – це тривала і всебічна система традицій поведінки, характерна для усього суспільства або нації. Вона не вимірюється рівнем освіти і знань і не виявляється у ввічливості, «культурності»

⁶⁶ Дивись про це: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000000/st043.shtml>

⁶⁷ Дивись її тут: <http://litopys.org.ua/weber/wbr.htm>

або «духовності», а скоріше є синонімом ментальності чи «національного характеру» і, як і вони, не піддається штучному коригуванню і у своїх принципових рисах не змінюється впродовж сотень літ.

2. **Субкультура** – це менш тривала (у порівнянні з культурою суспільства) і більш одностороння сукупність традицій поведінки, характерна для окремих соціальних груп (стратові, молодіжні, злочинні, національно-релігійні субкультури).

3. **Розвиток культури** відбувається шляхом висунення деяких субкультур із периферії у центр культури суспільства; тобто ці, зневажаючі попередньо традиції стають «модними» і загальноприйнятими, і відбувається це тому, що об'єктивно необхідними для суспільства стають навички поведінки і риси характеру (норми та цінності), що цінуються саме в цих субкультурах, а їх представники займають лідируючі позиції у суспільстві.

4. **Функції культури:** (а) згуртування та відмежування даної спільноти від інших; (б) звільнення від необхідності індивідуального оцінювання та вибору поведінки; (в) орієнтування у соціальних зв'язках.

5. **Механізми та умови передачі культури:** (а) соціальне наслідування поведінки вищих страт нижчими (за наявності не надто великого розриву у статусі і традиціях між стратами); (б) культууроутворююча, «взірцева» функція еліти та стала тенденція спадного розвитку субкультури страт (забезпечується *неперешкоджуваною соціальною мобільністю*).

6. **Культурні чинники** є визначальними у суспільному розвитку (всупереч ідеям економічного детермінізму К.Маркса та багатьох сучасних економістів і політологів), оскільки саме вони визначають спосіб та ефективність використання економічних, політичних і інших можливостей суспільства.

7. **Глибина культури суспільства** визначається тривалістю безперервного розвитку культури (тобто відсутністю державних спроб її змінити, карати її носіїв та насаджувати інші традиції) і виявляється у ступені гуманності та розумності традицій (яка збільшується навіть у антисуспільних, злочинних субкультурах).

8. Два основних типи культур на міжнаціональному рівні: (1) культура «сорому» – традиції цінувати насамперед думку оточуючих і боятись осоромитись перед ними (переважає у хліборобських спільнотах, з колективістським складом характеру, зокрема і в українців); (2) культура «вини» – традиції цінувати насамперед власну думку про себе і боятись завинити перед своїм сумлінням (переважає у кочових і агресивних спільнотах, з індивідуалістичним складом характеру, зокрема і у злочинців).

9. Два основних типи культур на національному рівні: (1) сільська культура – традиції неформальних відносин у всіх сферах, колективізму і прискіпливого контролю з боку оточуючих; (2) міська культура – традиції формально-правових відносин у всіх сферах, індивідуалізму й орієнтації на внутрішню оцінку своїх дій.

10. **Цивілізація** – це зосередженість суспільства на технічно-організаційних досягненнях, насамперед – у військовій та у споживацькій сфері, що дозволяють облегшити життя певній частині людей як за рахунок знарядь та пристроїв, так і через інтенсивну експлуатацію підкорених народів чи їх природних ресурсів. Інакше кажучи, *культура* – це те, «ким народ є» за своє суттю (і якими внутрішніми можливостями люди оволоділи), а *цивілізація* – це те, «чим він володіє» (і які зовнішні умови життя опанували люди).

11. **Протестантська трудова культура** – традиції професійного ставлення до своєї справи, які базуються на ідеї випробування власної (наперед визначеної богом) долі через наполегливі намагання досягти матеріального успіху майстерним трудом. У цій культурі шанувалась заслужена заможність, яка вважалась ознакою таланту, а значить і богообраності, тоді як бідність уважалась ознакою лінощів і була ганьбою; і саме це утримувало людей від колективістських акцій протесту, заворушень і злочинів, а відтак і сприяло розвитку ринкового суспільства.

Тема 12. Соціологія праці та управління

1. Соціальні та політичні механізми ринку праці. Еволюція теорій управління.
2. Виробнича адаптація, види трудової поведінки та кар'єри.
3. Дослідження мотивації та стимулювання праці. Трудоголізм та робота впівсили.
4. Співвідношення «сім'ї» та «роботи» в системі цінностей людини.
5. «Людський капітал» та управління персоналом.

Практичне завдання №12: Які конкретно рішення та зміни сприятимуть підвищенню людського капіталу студентів СумДУ? Дайте якомога більше рекомендацій.

Ключові терміни теми №12: ринок праці, менеджмент, виробнича адаптація, види трудової поведінки та кар'єри, мотивація та стимулювання праці, трудовоголізм та робота вівсили, система цінностей людини, соціальне партнерство, людський капітал, трудова мобільність, емплауермент

1. Із питанням *соціальні та політичні механізми ринку праці* треба ознайомитись самостійно, скориставшись такими посиланнями⁶⁸. А про *еволюцію теорій управління* можна прочитати тут⁶⁹.

2. Питання *виробничої адаптації, видів трудової поведінки та кар'єри* можна вяснити за такою літературою⁷⁰.

3. Для ознайомлення з питанням *досліджень мотивації та стимулювання праці* слід скористатися такими посиланнями⁷¹. А про *трудооголізм та роботу вівсили* написано багато, тож знайти матеріали буде неважко.

4. Знайти матеріали по питанню *співвідношення «сім'ї» та «роботи» в системі цінностей людини* потрібно самостійно, для чого можна скористатися допомогою працівників Гендерної лабораторії СумДУ, які досліджують, зокрема, і цю проблему, а крім того можна скористатися такими посиланнями⁷².

5. Чим вищими є технології та рівень організації праці, тим вагомішим стає завдання вмілого управління персоналом, яке передбачає аж ніяк не пихате покрикування на підлеглих, а здатність знайти підхід до кожного і зробити його задоволеним власною працею і становищем в колективі. Інакше кажучи, ефективне управління персоналом передбачає забезпечення *соціального партнерства* всередині даної організації⁷³. **Соціальне партнерство** – це такий стан відносин керівників і робітників, коли останні можуть певної мірою брати участь у вирішенні важливих для них питань (це ще називається «*демократія участі*») і не відчувають своєї зневаженості та безсилля із цього приводу (не відчувають *навченої безпорадності*), а тому ідентифікують себе із даною організацією та добровільно й активно сприяють її розвитку⁷⁴.

Набуте в результаті цього відчуття власної приналежності до даної організації, регіону або країни та *ідентифікація*⁷⁵ з нею і безкорисливе прагнення їй допомогти досягається за рахунок реальної причетності людей до процесу прийняття важливих для них рішень (тобто – *соціального партнерства*) і приводить, у свою чергу, до росту почуття гідності та до реалізації власних здібностей (що й можливо лише у такій, суспільно значимій формі, а не в усамітненому хобі), тобто до розвитку людського капіталу. **Людський капітал** – це сукупність креативно-продуктивних

⁶⁸ Про ринок праці див.: https://bizbook.online/ekonomika_biznesa/economy-of-labour.html;

http://pidruchniki.com/12980108/ekonomika/struktura_mehanizm_funktsionuvannya_regulyuvannya_rinku_pratsi;

⁶⁹ Див.: Кравченко А.И. История менеджмента. – Режим доступу: http://www.koob.ru/kravchenko_a/; Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Глава 2. - Режим доступу: <http://infotour.in.ua/meskon02.htm>; ще:

<http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/osnovnye-shkoly-upravleniya.html>; <https://lib.sale/upravleniya-teoriya/teoriya-upravleniya-konspekt.html>; http://www.psyarticles.ru/view_author.php?author_cat=18; <http://www.bibliotekar.ru/biznes-29/5.htm>

⁷⁰ Див. відповідні розділи у книгах по соціології праці: <https://scibook.net/truda-sotsiologiya/ekonomika-sotsiologiya-truda-uchebnik-dlya.html>; http://edulib.pgta.ru/els/ekonomika_i_sociologiya_truda.pdf

⁷¹ Про теорії мотивації див.: <https://www.monographies.ru/ru/book/section?id=2119>; <http://center-yf.ru/data/stat/Teorii-motivacii.php>; про мотиваційний профіль: Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией. – Режим доступу:

<http://www.studfiles.ru/preview/2981621/>; <http://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=834>;

<https://sibac.info/studconf/econom/xxvi/39864>; <http://gaap.ru/articles/Vliyanie-motivacionnoi-struktury-na-rezultativnost/>;

http://www.mastercoach.ru/index/motivacionnyj_test/0-37; http://ecsocman.hse.ru/data/436/632/1219/Rebrov_8.pdf; про стимулювання праці див.: <http://smolsoc.ru/index.php/home/2009-12-28-12-53-33/69-2010-12-30-12-24-46/719-2011-01-05-16-53-54>; Гіденс Е. Соціологія. Розділ 12: <http://westudents.com.ua/glavy/87068-rozdl-12-pratsya-ta-ekonomchne-jittya.html>

⁷² Про цінності сім'ї і роботи див.: <https://cyberleninka.ru/article/v/semya-i-semeynyy-obraz-zhizni-v-sisteme-tsennostey-pokoleniy>; <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116264>; <https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/religion-lifestyle/moral-relations/article/vybor-zhenshchiny-karera-ili-semja.html>; http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk_2013_30_30

⁷³ Див.: Балабанова Л.В. Управление персоналом: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. - К.: ВД "Професіонал", 2006. - 512 с. - Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/47745-rozdl-12-sotsalne-partnerstvo-u-pdprimstv.html>

⁷⁴ Як це роблять у японських фірмах. Див.: http://personal-kapital.ru/blog/primer_korporativnoj_kultury/;

<http://bukvar.su/menedzhment/115562-Osobennosti-formirovaniya-korporativnoy-kul-tury-v-yaponskih-i-amerikanskih-kompaniyah.html>; http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npkntu_e_2009_15_63.pdf

⁷⁵ Про соціальну ідентифікацію див.: http://pidruchniki.com/14001209/kulturologiya/ponyattya_identifikatsiya

здібностей, соціально-конструктивних рис характеру та мотивацій людини, що були сформовані й розвинуті внаслідок цілеспрямованих інвестицій, перебувають в особистій власності індивіда і використовуються ним в економічній діяльності, а відтак мають здатність впливати на збільшення його заробітків, доходів фірми та зростання національного доходу⁷⁶.

Інакше кажучи, людський капітал – це актив, що дозволяє тим, хто про нього дбає розвиватися швидше, а іншим – при тих же інвестиціях – повільніше. Інвестиції в нього дають найбільший економічний ефект і формують від 60% до 80% багатств у розвинутих країнах (більше того, саме ці капіталовкладення і роблять їх розвинутими країнами, адже в «нерозвинутих», на кшталт Росії, людський капітал складає всього 14%)⁷⁷. Найважливішими *формами інвестицій в людину* вважається *освіта, підготовка на виробництві, медичне обслуговування* (що продовжує строки продуктивної діяльності людини), *трудова мобільність та міграція* (які сприяють переміщенню людей у райони та галузі, де їх здібності більш затребувані, краще використовуються і тому краще оплачуються), *пошук інформації про ціни й доходи, а також належний догляд та виховання дітей*⁷⁸.

Сприяє розвитку людського капіталу й делегування повноважень підлеглим («демократія участі»), яка в менеджменті називається *емпауерментом*⁷⁹, тобто заохоченням прояву індивідуальності й ініціативності робітників. І навіть люди з обмеженими фізичними чи інтелектуальними можливостями є цінним людським капіталом, розвиток якого можливий за умови долання їх навченої безпорадності. Для цього потрібно, щоби психологи, соціальні працівники або менеджери по роботі з персоналом (HR-працівники) розуміли, що *кожен клієнт є кращим експертом у власній ситуації та породжених нею проблемах і йому треба лише бути чесним із собою, а для цього – відчувати самоповагу і повагу групи, для чого надати клієнтам можливість впливати на думку інших і брати участь у прийнятті рішень, які визначають їх ситуацію.*

Тема 13. Соціологія політики

1. Поведінка різних видів влади, держави та політичної системи.
2. Політична культура та соціалізація
3. Електоральна поведінка та політтехнології.
4. Соціологія політичних партій та партійних систем.
5. Вплив лідера та ідеології на масову свідомість.

Практичне завдання №13: Обрати одне з питань даної теми і пояснити, які закономірності поведінки у цій сфері характерні для України сьогодні. Підкріпити свої висновки даними соціологічних досліджень.

1. Про *поведінку різних видів влади, держави та політичної системи* дивись посилання⁸⁰.
2. Про особливий тип суспільних традицій, який визначає всі головні особливості життя в країні і називається *політичною культурою* дивись наступну літературу⁸¹. Про *політичну соціалізацію*, тобто засвоєння політичної культури ватро переглянути такі джерела⁸².

⁷⁶ Про людський капітал див.: <http://sovman.ru/all-numbers/archive-2012/may2012/item/86-man-a-resource-or-capacity-development-in-the-economy.html>; <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1712>; <http://library.if.ua/book/40/2664.html>; http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/2_2010/114-122_2'10_-13.pdf; <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=25&page=14>

⁷⁷ Оцінку людського капіталу див.: <http://old.creativeconomy.ru/articles/4096/>

⁷⁸ Способи розвитку людського капіталу див.: http://uchebnikonline.com/menedgment/upravlinnya_lyudskimi_resursami_-_voronkova_vg/investitsiyi_lyudskiy_kapital_resurs.htm

⁷⁹ Про емптауермент див.: <http://nlp-system.com/empauement.php>

⁸⁰ Див.: Смелзер Н. Социология. Глава 17. Политическая система: http://krotov.info/lib_sec/18_s/sme/lzer_9c.htm#17; Гіденс Е. Соціологія. Розділ 13. Держава, політична влада та війна. - Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/87100-rozdl-13-derjava-politichna-vlada-ta-vyna.html>; Васильєва Л. Структурная устойчивость социально-политических систем. - Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/vasil3/index.php

⁸¹ Про політичну культуру див.: https://studme.org/50271/politologiya/konfutsiansko-buddiyskaya_politicheskaya_kultura# (і наступні сторінки) http://society.polbu.ru/artemov_politsociology/ch33_i.html; <http://togan1.narod.ru/politic/theme10.html>; <http://eccsocman.hse.ru/data/182/672/1217/013.OSIPOVA.pdf>; <https://texts.news/voprosyi-politologii-knigi/184-teoriya-postmaterialisticheskoy-70963.html>; http://www.tinlib.ru/politika/politologija_hrestomatija/p10.php

3. Закономірності *електоральної* і взагалі – політичної *поведінки* людей необхідно виявити, ознайомившись із соціологічними дослідженнями, яких проводилося багато, а їх результати можна, зокрема, знайти тут⁸³. Про *політтехнології* як спосіб впливу дивись тут⁸⁴.

4. *Соціологія політичних партій та партійних систем* має вивчатися студентом самостійно, використовуючи, зокрема, таку літературу⁸⁵.

5. Про *вплив лідера на маси* читай за посиланням⁸⁶. Про *вплив ідеології на масову свідомість* можна переглянути тут⁸⁷.

Тема 14. Соціологія релігії

1. Вплив соціальних функцій релігії на поведінку людей.
2. Особливості поведінки людей на різних етапах еволюція релігії та в різних її типах.
3. Релігійність, її критерії та види.
4. Вплив релігійних організацій на суспільство.
5. Взаємодія релігії, моралі та політики.

Практичне завдання №14: Обрати одне з питань даної теми і пояснити, які закономірності поведінки у цій сфері характерні для України сьогодні. Підкріпити свої висновки даними соціологічних досліджень.

1. Питання *впливу релігії на поведінку людей* слід почати з розгляду її *соціальних функцій*, котрі можна вияснити за допомогою такої літератури⁸⁸.

2. Неможливо порівнювати людей різних епох, оскільки їх *поведінка* була цілковито інакшою на кожному *етапі еволюції релігії*, - з якими треба ознайомитися тут⁸⁹. Принципово різною є *поведінка людей і в рамках різних типів релігії*, - про які можна дізнатися за такими посиланнями⁹⁰. Щоправда, не варто стверджувати, що ці особливості поведінки залежали виключно від специфіки домінуючої релігії, - скоріше тут варто говорити про взаємообумовлювання: наявні риси людей потребували відповідних особливостей релігії, і така релігія обов'язково з'являлась, але потім уже саме її

⁸² Дослідження політичної соціалізації див.: <http://psychlib.ru/mgppu/Gtm-2004/Gtm-287.htm#n6>;
http://ecsocman.hse.ru/data/2012/09/21/1251345259/006_Шестопал_Политическая%20социализация%20и..ация%20в%20современной%20России_48-69.pdf; <http://kulturoznanie.ru/politology/politicheskaya-socializaciya-sushhnost-etapy-factory/>;

⁸³ Про участь людей у політиці див.: http://pidruchniki.com/12461220/sotsiologiya/uchast_gromadyan_politichnomu_protsezi;
Вишняк О.І. Електоральна соціологія: історія, теорія, методи. - Режим доступу: <http://i-soc.com.ua/institute/vishnyak.pdf>;
<http://studentam.net/content/view/38/9/>; <http://studentam.net/content/view/41/9/>

⁸⁴ Про політтехнології див.: Полуэктов В. Полевые и манипуляционные технологии. - Режим доступу: <https://www.e-reading.club/book.php?book=1020309>; Никонов А. Управление выбором. Искусство стрижки народных масс. - Режим доступу: <https://www.e-reading.club/book.php?book=96584>; Ланкин Е. Как выиграть выборы без административного ресурса. Рекомендации опытного политтехнолога. - Режим доступу: http://loveread.me/read_book.php?id=50948&p=1

⁸⁵ Про соціологію політичних партій див.: Дюверже М. Политические партии. - Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Duverg/index.php; <http://www.studfiles.ru/preview/4000482/page:34/>;
http://stud.com.ua/42060/sotsiologiya/osnovni_tipi_tendentsiyi_rozvitku_suchasnih_politichnih_partiy

⁸⁶ Про еліти та лідерів: Васильева Л. Теория элит: социология политики. - Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/vasil2/index.php; Котляров И.В. Социология лидерства. Теоретические, методологические и аксиологические аспекты. - Режим доступу: <http://fictionbook.ru/static/trials/07/64/72/07647210.a4.pdf>;
<https://cyberleninka.ru/article/v/liderstvo-kak-teoreticheskiy-kontsept-i-obektivnaya-realnost-sotsiologicheskie-trendy>

⁸⁷ Про вплив ідеології див.: Кузнецов В.Н. Социология идеологии. - Режим доступу: <http://kuznetsovvn.ru/files/sociologiya-ideologii.pdf>; https://admtymen.ru/files/upload/OIV/U_gvm/Social_explor;
<http://jour.isras.ru/upload/journals/1/articles/557/public/557-1040-1-PB.pdf>

⁸⁸ Про соціальні функції релігії див.: http://pidruchniki.com/15800119/religiyeznavstvo/golovni_funktsiyi_religiyi;
https://studme.org/140510037168/sotsiologiya/funktsii_religii; <http://reset.ivanovo.ac.ru/courses/6-lectures/29-functions>; Марков А.В. Религия: полезная адаптация, побочный продукт эволюции или «вирус мозга»? - Режим доступу: http://www.socionauki.ru/journal/articles/129795/?sphrase_id=469882; https://ru.wikipedia.org/wiki/Религия_и_общество

⁸⁹ Про еволюцію релігії та ментальності див.: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Schkur/05.php (і наступні сторінки); <http://www.socionauki.ru/journal/articles/130311/>; <http://bibl.tikva.ru/base/B343/B343Chapter15-2.php> (і наступні сторінки); http://www.razlib.ru/religiovedenie/kratkaja_istorija_mifa/index.php

⁹⁰ Про різні типи релігій див.: http://www.razlib.ru/religiovedenie/istorija_i_teoriya_religii_konspekt_lekcii/index.php; Гіденс Е. Соціологія. Розд. 16. - Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/87162-rozdl-16-relg.html>; Смелзер Н. Соціологія. Глава 15. - Режим доступу: <http://www.rulit.me/books/sociologiya-uchebnik-read-468291-226.html>

функціонування і розвиток змінювали, у свою чергу, людей, що в неї вірили. Ось чому, наприклад, українці-католики і українці-православні є доволі відмінними у своїй ментальності та поведінці.

3. Релігійність, її критерії та види можна виявити, переглянувши такі публікації⁹¹.

4. Оцінити вплив релігійних організацій на суспільство можна, користуючись такими посиланнями⁹².

5. Взаємодія релігії, моралі та політики може бути оцінена за допомогою таких джерел⁹³.

Тема 15. Соціологія ЗМІ, реклами та PR

1. Масове суспільство та масові комунікації.
2. Чутки, мода і масові пристрасті як фактори масової поведінки та неорганізовані форми масової комунікації.
3. Громадська думка, її структура та механізм формування.
4. Можливості та межі управління й маніпулювання громадською думкою.
5. Відмінності PR-діяльності, пропаганди, реклами та публіситі.

Практичне завдання №15: Обрати одне з питань даної теми і пояснити, які закономірності поведінки у цій сфері характерні для України сьогодні. Підкріпити свої висновки даними соціологічних досліджень.

1. Ті матеріали по першому питанню плану, що стосуються *масової комунікації* та її форм і способів оцінки, можна знайти в Інтернеті⁹⁴. Матеріали щодо закономірностей масової поведінки і масового суспільства в цілому можна знайти тут⁹⁵.

Масове суспільство – це проміжний стан соціальної структури, за якого феодальні соціальні зв'язки (переважно – вертикальні: аристократичні клани, ремісничі цехи та сільські громади, що об'єднували різні верстви суспільства в окремі, локальні «сім'ї» із абсолютною відданістю та практичною взаємодопомогою) руйнуються, а капіталістичні, горизонтальні зв'язки всередині кожної соціальної страти ще не налагоджуються (адже традиція ідентифікувати себе із людьми свого матеріального статусу складається не відразу, а за два-три покоління). Впродовж цього періоду, перехідного між феодальною та капіталістичною соціальною структурою, соціальний контроль слабшає, а подеколи зовсім зникає, що призводить до збільшення *атомізації* суспільства, *аномії* та *відносної депривації*.

У країнах Західної Європи цей період тривав із другої половини XIX століття до кінця 1920-х років, проте сучасники зуміли розгледіти у цих змінах лише ексцеси соціальної атомізації, зокрема у вигляді збільшення випадків стихійної масової поведінки, - коли різношерста юрба, не об'єднана жодною релігійною ідеєю або становою приналежністю (а до цього люди збирались виключно «зі

⁹¹ Про релігійність див.: Фромм Э. Типы религии и религиозного опыта. - Режим доступу: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/bogoslov/SocRelig/11.php; http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Relig/gar/07.php; http://ecsocman.hse.ru/data/2011/03/11/1214896893/Lebedev_9.pdf; <http://reset.ivanovo.ac.ru/courses/6-lectures/34-samoident>; http://ecsocman.hse.ru/data/2010/03/02/1211418184/Belyaev_11.pdf; http://socis.isras.ru/files/File/2016/2016_6/Arinin.pdf; <https://cyberleninka.ru/article/v/sovremennye-problemy-issledovaniya-religioznosti>; Каргина И.Г. Новые религиозности: социологические рефлексии: https://mgimo.ru/files2/2012_06/up63/file_da7332e44ea437ee7470bff5e881c941.pdf; Парашевін М. Релігія та релігійність в Україні. - Режим доступу: <http://old.kiis.com.ua/txt/doc/02042009/brosh.pdf>

⁹² Про релігійні організації та їх вплив див.: Гараджа В. Социология религии. Глава 5. – Режим доступу: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Relig/gar/05.php; https://risu.org.ua/ru/index/reference/major_religions; <https://risu.org.ua/ua/index/articlesbytag?tag=914>; <http://www.religion.in.ua/main/analitica/34206-movoyu-cifr-i-personalij-yeparxiyi-diyeceziyi-ekzarxati-ta-yepiskopat-ugkc-i-rkc-u-2016-roci.html>; <http://www.religion.in.ua/main/analitica/34205-movoyu-cifr-i-personalij-yeparxiyi-vikariati-ta-yepiskopat-upc-mp-upc-kp-uapc-u-2016-roci.html>; http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2015_55_27; <http://veche.kiev.ua/journal/1856/>

⁹³ Про мораль, політику та релігію див.: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Relig/gar/06.php; <http://www.evolbiol.ru/nazaretyan2010.htm>; <http://expert.ru/kazakhstan/2012/48/liki-religioznosti/>

⁹⁴ Див., зокрема: Назаров М.- Массовая коммуникация и общество. – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/1712300/> (або: <http://www.studfiles.ru/preview/2688957/>); <http://psyfactor.org/lib/nazarov.htm>; Почепцов Г.Г. Теория коммуникации – Режим доступу: http://polbu.ru/pochepcov_communications/; Терин В. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. - Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Terин/index.php; Иванов В. Массовая коммуникация. - Режим доступу: <http://www.mic.org.ru/phocadownload/ivanovvf.pdf>

⁹⁵ Див.: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Article/schilz_obsch.php; <http://www.proza.ru/2013/06/26/1524>; http://mirslovarei.com/content_soc/teorii-massovogo-obshhestva-5511.html

своїми») і ламаючи, тим самим, групі упередження, солідарно й активно діяла під проводом якогось демагогічного вожака. Соціально-психологічні механізми відчуття анонімності й уседозволеності у натовпі, а водночас – його некритичності щодо вождів, навіюваності, та емоційної заражуваності вивчили і описали Г.Тард і Г.Лебон⁹⁶. А вже осмислення радикальності й незворотності цих змін прийшло дещо пізніше, і саме тому найбільш відомі теорії масового суспільства створювались уже в тридцяті - шестидесяті роки ХХ століття⁹⁷, причому лише наприкінці цього періоду Е.Шилз відійшов від критики і засудження масового суспільства і спробував зрозуміти його як нову соціальну структуру (те, що ми сьогодні називаємо стратифікацією).

Таким чином, варто розділити **два варіанти розуміння** цього явища: передовсім, масове суспільство розуміють як *перехідну фазу його історичного розвитку, під час якої люди поводять себе доволі хаотично й егоїстично* (через брак традицій і соціального контролю), об'єднуючись лише у стихійні натовпи, котрі добре навчилися мобілізувати і скеровувати на деструктивні дії демагогічні політики, що лякають маси неминучими катастрофами і підштовхують до ненависті та боротьби. Найжахливішим проявом такої мобілізації і ненависті були тоталітарні режими Сталіна в СРСР і Гітлера в Німеччині, які склалися після загальних строків даного перехідного періоду, оскільки саме в цих двох країнах феодалізм тривав найдовше в Європі, а тому соціальна атомізація почалася тут із запізненням і замість того, щоби закінчитися із переходом до крупних промислових виробництв (як це було в Англії, Франції чи США), вона співпала із цими, індустріальними формами організації суспільства, - котрі, власне, і були використані комуністами та фашистами для того, щоби не лише закликати юрбу, а створити «конвейерну» систему ідеологічного засліплення і покарання всіх, хто не підтримує фанатизм і цим ослаблює його.

Крім того, масове суспільство **розуміють як стандартизований, уніфікований соціум, що стирає всі культурні, станові і національні відмінності**, в тому числі і між країнами. Проте це не можна вважати науковим визначенням, адже тут присутні лише негативні характеристики (знищує відмінності) і не названі жодні власні риси суспільства. Якщо ж ці риси все-таки відшукати, то вони будуть у тій же уніфікації, але – не в масштабі всього суспільства, а у рамках кожної страти, і уніфікація буде не буквальна (всі в одному одязі, як у СРСР), а як уніфікація вимог і критеріїв (норм і цінностей). Це і буде другим можливим розумінням масового суспільства, - як суспільства стратифікованого, із стандартами життя у кожній страті, що є однаковими для людей у різних куточках країни і навіть за її межами. Звичайно, ця стандартизація сильно відрізняється від феодального суспільства, де кожне село мало свої відмінності, а провінції говорили ледве не на різних мовах. Однак точно так же і ручне виробництво є більш різноманітним, аніж машинне, але засуджувати останнє є виявом крайнього естетства й анахронізму. Зрештою, домінування смаків і думок більшості, хоча і може вважатися уніфікацією, але насправді є демократією, - і ніяк інакше її збудувати неможливо.

Отже, ми розглядаємо масове суспільство не як синонім сучасної стратифікації (навіщо потрібен зайвий термін?), а як перехідний, дезорганізований соціум, управління яким ускладнене (крім об'єктивної кризи) відсутністю соціального контролю, а також пануючим настроєм незадоволення і небажання виконувати розпорядження, і взагалі – старатися, вірячи у те, що це «окупиться». На жаль для політиків, змінити ці настрої одною лише пропагандою неможливо: по-перше, для цього необхідно монополізувати всі ЗМІ і ввести цензуру, щоби всі брехали в унісон (однак в умовах вільного Інтернету і масових поїздок за кордон важко видавати чорне за біле, а крім того, фанатики погано справляються із розумовою працею, потреба у якій росте), а по-друге, пропаганда краще вмє націлювати на ненависть і боротьбу, а щоби налаштувати на «конструктив» потрібна більш оперативна і тонка інформаційна робота.

2. А по другому питанню плану необхідно знати причини виникнення та канали циркуляції чуток⁹⁸, а також – функції моди у суспільстві та шляхи її розповсюдження, конформізм та ідентифікацію⁹⁹.

⁹⁶ Г.Тард написав «Законои наслідування» у 1890 році, а Г.Лебон «Психологію народів і мас» – у 1895-му.

⁹⁷ «Повстання мас» Х.Ортеги-і-Гассета вийшло в 1930 році, «Колективна поведінка» Г.Блума – у 1951 році, «Самотній натовп» Д.Рісмана – у 1952-му, «Маса і влада» Е.Канетті – 1962-му, а «Теорія масового суспільства» Е. Шилза – у 1963 році.

⁹⁸ Про чулки див.: <http://psyfactor.org/lybr72.htm>

⁹⁹ Див. про моду: <http://fashionplate.ru/sociologiya-mody-klassicheskij-sociologicheskij-diskurs-o-mode.html>; <http://www.consumers.narod.ru/lections/fashion.html>; <http://www.mgimo.ru/news/experts/document177750.phtml>;

Масове суспільство і, особливо, неорганізовані масові комунікації мають суттєві відмінності на Сході і на Заході, які можна назвати двома видами комунікацій. Нелогічність і навіть хаотичність нашої побутової розмови притаманна взагалі усім людям на Сході, адже тут кожен розраховує, і не дарма, на бажання співрозмовників його зрозуміти, взяти на себе нелегкий труд вникнути в чужі слова і збагнути хід думок, навіть якщо вони невдало висловлені. Річ у тім, що в країнах Сходу люди уміють не просто демонструвати співчуття, але й на ділі відчувати емоції, настрої, бажання іншого як свої власні, уявляти себе на його місці і розуміти хід його думок, іноді – краще за нього самого. Саме ця, розвинута практикою здібність «читати поміж строк», забезпечує в цих країнах (і, зокрема, у нас) «комунікацію мінімального повідомлення», при якій важливо не те, що сказав, а те, що мав на увазі, але промовчав співрозмовник (що виявляється в «езопівській мові» сатиричних творів, притч, байок і двозначних висловів).

Натомість у країнах Заходу схильність не довіряти й не співчувати іншим давно вже не вважаються егоїзмом і навіть освячені суспільними традиціями, які ще й компенсують це небажання вдумуватись у слова вимогами та звичаями формулювати висловлювану думку точно і повністю, - що є так званою «комунікацією максимального повідомлення». А якщо додати до цього максимальну відкритість будь-якої інформації у цих країнах, котру наввипередки публікують ЗМІ різного масштабу, то стає зрозумілим, чому їх суспільство є більш уніфікованим і стандартизованим: ЗМІ і масова культура насаджують однакові стереотипи мислення і поведінки у різних регіонах, проте кожна страта орієнтується на свої стереотипи і чітко відрізняє їх від поширених у вищих або нижчих прошарках.

Внаслідок цих комунікативних особливостей мода є більш західним феноменом (там вона є більш доміантною, всі їй слідує і готові за це платити, - а значить мода приносить більші прибутки), а чутки – більш східним (вони мають тут більш масовий і впливовий характер, і на відміну від ЗМІ, чутки поширюють реально більше важливої для людей інформації, котру патологічно приховують будь-які владні структури). Втім, мода виконує не лише утилітарну функцію розвитку смаків, але й функцію відбору і висування у центр суспільної уваги найбільш ефективних зразків поведінки та їх поширення в масах. Очевидно, що представники «модної» на даний час субкультури (яка, тим самим, висувається у центр культури суспільства) стають не лише «законодавцями моди», але й економічно успішними людьми, тобто здійснюють вертикальну мобільність, пересуваючись у вищі страти. У цих же стратах знаходяться і найбільш сприйнятливі до нових традицій члени суспільства, від яких уже вони поширюються на середні, а пізніше – і на нижчі страти.

Отже, мода – це вид неорганізованої масової комунікації, що забезпечує передачу нових культурних зразків у суспільстві шляхом соціального наслідування поведінки вищих страт нижчими. Втім, цей механізм передачі культури діє лише в тому випадку, якщо між стратами у суспільстві існує не надто великий розрив у їх економічному та соціальному статусі, а також – у їх традиціях. Інакше кажучи, якщо «верхи» сильно відрізняються від «низів», і не тільки матеріально (як це є у нас сьогодні), але й за манерами поведінки, смаками, уявленнями про добро і зло, - причому відрізняються настільки, що не розуміють наміри і дії одне одного (як іноземці із дуже далеких країн), - то при такій культурній прірві між стратами нижчі верстви перестають копіювати манери вищих і трансляція культурних зразків припиняється. Отже, головною умовою для реалізації даного механізму передачі культури є така культурна і матеріальна близькість між стратами, що залишає реальну можливість для представника кожної страти перейти до наступної і легко адаптуватись у ній, а це, у свою чергу, живить не лише його прагнення перейти, але і бажання бути схожим на людей того рівня, якого він прагне досягти.

Є ще один механізм передачі нових культурних зразків у суспільстві – це виконання елітою суспільства своєї «взірцевої» функції, тобто завдання демонструвати й пропагувати у суспільстві зразки поведінки, які являються для нього найкращими, правильними, еталонними. Мова не про те, що ці люди мають бути справді бездоганними, - адже ідеальних людей не буває (а якщо є, то вони не піднімаються високо по соціальних сходах). Мова про те, який образ, імідж вони створюють у суспільній свідомості, і наскільки вони дбають про створений ними образ. Адже з точки зору культури, еліта – це не зібрання кращих політичних, економічних і духовних діячів (хоча непогано,

якби так і було), еліта – це система переконливих іміджів, яка стимулює членів нижчих страт прагнути стати кращими, аніж вони були досі (у професійних і моральних характеристиках), щоби наблизитись до цих, визнаних зразків.

Більше того, з точки зору культури, еліта – це не найвпливовіші реально, а найбільш відомі, обговорювані люди із даної сфери суспільного життя, так би мовити – «фронтмени». Реально найвпливовіші можуть і не афішувати свій вплив, і знаходитись у тіні більш яскравих і балакучих діячів, які насправді є їхніми маріонетками. Ця, істинна «верхівка» невідома масам і не існує у суспільній свідомості, а відтак і не є культурною елітою. Отже, ми говоримо лише про публічних представників вищої страти, які повинні створювати імідж високоосвічених і висококваліфікованих, чесних та мужніх людей, що готові боротися із несправедливістю і велетенськими проблемами заради спільного блага, навіть ризикуючи власним життям і перебуваючи наодинці із безліччю ворогів. Звучить пафосно, але маси «ведуться» на подібні байки, принаймні, якщо вони майстерно подаються цим масам.

Втім, тут неправильно говорити тільки про мистецтво обману: імідж лише підкреслює найкращі риси людини (маскуючи гірші), але ці риси і відповідні їм вчинки все ж таки мають бути наявні, - адже скільки гриму не накладай на підлу й боягузливу людину, проте героя з неї не виліпиш! Крім того, імідж потрібно не тільки створювати, але й підтримувати, тобто уберігати імідж від усього, що його псує. І робиться це (в демократичних країнах, адже в диктаторських – культурної еліти нема), здебільшого, не приховуванням ганебних учинків, а усуванням із еліти людей, що себе зганьбили. Внаслідок цього у демократичному суспільстві «наверх» підіймаються люди, які вірять у необхідність бути чесними і мужніми, і навіть якщо вони втрачають цю віру, то все одно змушені відповідати заявленому іміджу, оскільки система викине їх із публічного життя, як тільки вони зганьбляться. Тому вони можуть бути й нечесними, аби лише не «засвітитися».

Відмінність наших політиків, бізнесменів та інших публічних людей у тому, що вони і не створюють собі зразковий імідж (турбуючись про це хіба що підчас передвиборчої кампанії), і не відбираються «наверх» за найкращою здатністю демонструвати взірцеві риси та реально володіти ними хоч до якоїсь міри, і, що найгірше, не усуваються із еліти, коли стає широко відомо про їх «нечисті» справи. Звичайно, це «провина» системи, яка не виконує функцію відбору в еліту взірцевих кандидатів (така система у нас просто ще не склалася, адже вона завжди є результатом сформованої системи стратифікації), але і самі члени «верхівки» могли би розуміти важливість репутації та культурного впливу на маси, якби не були настільки соціологічно безграмотними й недалекоглядними.

А от для виконання елітою «взірцевої» функції потрібні, як не дивно, чутки, котрі, зрозуміло, розповідають не про діловий шлях чи освіту своїх героїв, а про їх моральні якості та вчинки, тобто про те, що і є іміджем публічної еліти. Водночас найбільш поширювані й відомі усім чутки відрізняються чималою консервативністю: люди вірять не всьому, а лише тому, до чого звикли. А значить, щоби переконати людей у нових моральних якостях еліти, їй потрібно демонструвати ці якості впродовж тривалого часу і, зрештою, звикнути не відступати від них, принаймні, «на людях». Отже, **чутки** – це вид неорганізованої масової комунікації, що забезпечує передачу найважливіших і найстабільніших взірців для наслідування від центральної чи локальної еліти до всіх інших верств.

Чутки дозволяють еліті «задавати тон» усьому суспільству у питаннях моралі та громадського духу, але цей «тон» або взірець буде морально високим лише у випадку, якщо народ буде довіряти еліті, - а це залежить як від її уміння подати себе (зокрема – через PR), так і ще більше – від наявності організованих державою можливостей для вертикальної мобільності у суспільстві. Інакше кажучи, головною **умовою** розповсюдження позитивних для еліти чуток, а отже – виконання нею «взірцевої» функції є наявність неперешкоджуваної соціальної мобільності (тобто причини тут протилежні тим, що призводять до соціальної аномії, про яку йшлося в темі №9). А якщо люди не вірять у можливість власного соціального просування, то вони ставляться до «верхів» вороже і легше довіряють негативним чуткам про останніх, більше цікавлячись саме їх пороками, - що на практиці означає дещо протилежне «взірцевій» функції: поширення гірших зразків поведінки, із якими люди, по-перше, миряться (не обурюються і не борються, що вже погано для суспільства), а по-друге, починають і собі наслідувати (що розкладає суспільство через загальну корупцію та брак патріотизму, тобто – ідентифікації з ним).

Можна сказати, що ці два види неорганізованої масової комунікації органічно доповнюють один одного: мінлива мода зводить на вершину суспільних уподобань і скидає з неї найактуальніші тенденції у сфері громадських смаків і думок, а чутки знаходять і поширюють інформацію для

підтримання найбільш консервативних оцінок; мода піднімає і просуває талановитих людей із «низів» соціуму, а чутки транслюють не краший, а – найдостовірніший імідж стабільної частини «верхівки». Мода створює «мутації» і для цього ініціює приплив нових людей в еліту, а чутки пропагують стандартні моделі поведінки найбільш звичних представників еліти.

Застосування механізмів моди до політики, наприклад, могло би забезпечити «природний відбір» найхаризматичніших постатей у цю сферу, тобто тих, що відповідали би поточним настроям і смакам суспільства: спершу кандидати мали би довести, що вміють подобатись людям на виборах до місцевого самоврядування (в т.ч. у школі та виші), потім пройти партійні «кастинги» (які у США називаються «праймеріз»), а після декількох перемог поспіль вони би на практиці підтвердили свою здатність не лише «дурити голови» довірливим старушкам, але – бути харизматичними і переконливими для всіх (що вимагає справжнього характеру, - адже одними красивими словами цього не доб'ється). А розуміння політиками механізму чуток тим більше вимагало би від них старань, аби чимось не заплямувати себе і не надто «плямувати» суперників у запалі боротьби, - адже інерція чуток потребує багатьох років переконування мас у чесності й ефективності політиків. Натомість, якщо кілька разів поспіль показати людям їх «гріхи» і безкарність, створюючи враження, що «всі вони такі», то «відмитись» після цього буде важко, а головне – довго.

3. Матеріали по третьому питанню плану можна взяти із книги Е.Ноель-Нойман «Общественное мнение. Открытие спирали молчания» та У.Липпмана «Общественное мнение» в Інтернеті¹⁰⁰, а також у книгах про маніпуляції громадською думкою¹⁰¹.

Якраз між мінливістю *моди* та консервативністю *чуток* і розташована так звана **громадська думка** – система найпоширеніших у суспільстві поглядів, тобто емоційних оцінок та пояснювальних стереотипів щодо найбільш значимих питань суспільного життя, система, яка виражає пануючі на даний момент суспільні настрої і виявляється у змінах виробничої, електоральної та побутової поведінки мас. Погляди (як у окремих осіб, так і у суспільства в цілому) не слід вважати чимось насправді раціональним, - вони завжди є не стільки результатом вдумливого, самостійного аналізу подій, скільки виправданням свого емоційного ставлення до них, що в основних рисах визначається соціалізованими цінностями та змінюється під впливом *пропаганди*.

Скажімо, студенти можуть мати дуже скептичні погляди щодо якості наданих ним знань та їх придатності до життя, можуть аргументувати цей скепсис ідеями про «відсталість» нашої науки чи застарілість підручників, а крім того, можуть переповідати історії про випускників, що працюють за фахом і кажуть, що їм нічого із вивченого не знадобилось. Проте чи справді студенти здатні оцінити актуальність підручників і лекцій? Ні, вони навіть і не пробують це зробити, - вони лише знаходять ідеї, що підтверджують їх настрої, і якщо чують голосливі твердження, що наша наука – це вчорашній день, то вірять, не замислюючись, а якщо чують, що ми усіх випередили, то сильно сумніваються. І коли з такими настроями вони починають працювати, то теж бачать тільки те, що хочуть побачити, - що їх вчили не тому, що треба. Однак виш – це не ПТУ, тут не готують до конкретної роботи, а дають основні уявлення і вчать розбиратись у деталях самому. Тож хто сказав, що випускнику нічого із вивченого не знадобиться? Якби він у ВНЗ нічого не отримав, то залишився би тим самим неорганізованим, нічого не розуміючим тухтієм, яким він прийшов на перший курс і який на виробництві задарма не потрібен.

Отже, ці скептичні настрої породжені не аналізом реального стану справ, а тою самою *відносною депривацією*, що поширена у перехідних, масових суспільствах, яким є, зокрема, і українське. А вже під ці настрої знаходяться і відповідні ідеї, що їх псевдорационально обґрунтовують, а насправді – виправдовують, тобто вишукують однобокі, підтасовані докази. Підступність цих «доказів» у тому, що з їх допомогою можна довести все, що завгодно, і практика показує, що люди і справді знаходять «високі» виправдання навіть для найгірших речей. Це і є «погляди». Вони ніяк не пов'язані із логікою наукових доведень і не підкоряються чесній аргументації, а тому змінювати їх треба впливом не на розсудок, а на почуття.

Чим же погляди людей і громадська думка в цілому відрізняються від чуток? Тим що чутки не потребують жодних аргументів, їх переконливість для людей базується на їх поширеності, а для

¹⁰⁰ Про закономірності формування громадської думки див.: <http://socioline.ru/blog/rider-po-sotsiologii-obschestvennogo-mneniya>; <http://socioline.ru/category/avtor-redaktor/noel>

¹⁰¹ Див. про маніпуляції громадською думкою: <http://socioline.ru/book/evgeneva-tv-tehnologii-sotsialnyh-manipulyatsij-i-metody-protivodejstva-im>; <http://psyfactor.org/lybr71.htm>; http://www.koob.ru/aronson_elliot/age_of_propaganda; http://traditio-ru.org/wiki/ТСДНЭ:Манипуляция_общественным_мнением

поглядів (і громадської думки) потрібні хоч якісь пояснення: чому так є, чому треба так до цього ставитись тощо. Скажімо, підліткова ідея, що не можна довіряти всім чоловікам (або – жінкам) є проявом недосвідченої підозрливості і максималізму, тобто – настроїв. Чутки, що ілюструють ці настрої якимись історіями, передаються без жодних обґрунтувань, а от щоби висловити такі погляди (і не здаватись параноїком), треба знайти цим настроям «обгортку» у вигляді псевдо-біологічних пояснень, чому всі чоловіки «такі», а також – рекомендацій, що із цим робити. *Громадська ж думка* відрізняється від *індивідуальних* поглядів лише масштабом розглядуваних явищ: вона рідко стосується відносин між статями (хіба що якісь суспільні події зробили актуальною цю проблему), а зосереджується, скоріше, на фінансово-економічних подіях, на політичних труднощах, тобто на тому, що обговорює все суспільство.

4. Чому вивчення громадської думки таке важливе? Тому що люди не тільки формулюють якісь погляди, відчуваючи відповідні настрої, - вони ще й реалізують ці, нібито обґрунтовані настрої у відповідній поведінці. І якщо настрої оптимістичні, то люди старанно працюють або вчаться, розвиваються у своїй справі, виконують розпорядження і виховують дітей у тому ж дусі. І головне, що ця їх старанність «окупається»: вони живуть все краще матеріально і між ними налагоджуються добрі моральні стосунки, - що іще більше мотивує їх на старанність. Якщо ж у тих самих, об'єктивно хороших умовах настрої стають песимістичними або розпачливими, то бажання старатися зникає, люди погано вчаться (пояснюючи це недоліками викладання) і стають поганими спеціалістами, виробництво, відтак, працює все гірше, а люди все більше висувують претензії до держави і одне до одного, так що чесно працювати уже не хочеться нікому (і все повторюється, як у замкнутому колі).

Висновок очевидний: людей треба заспокоювати, а не розбурхувати, налаштовувати на світлі перспективи і старанну працю, а не на відчай і гнів. Проте цей висновок не означає, що їх треба примітивно агітувати: якщо говорити людям прямо протилежне їх поглядам, вони у це не повірять. Із песимістичних настроїв слід виводити помалу, без надмірного пафосу й оптимізму. Наприклад, якщо утвердилася думка, що політики – корисливі і продажні, то не варто відразу наполягати, що даний політик – чесний (навіть, якщо це так); краще сказати, що йому вигідна підтримка малого бізнесу (де багато не вкрадеш) і тому він проти великих крадіїв, а тому зосередиться на контролі великих статків. А партія, замість того, щоби вихвалитися, ніби у її списку немає мільйонерів, могла би визнати: так, вони є, це – необхідність (як інакше заплатиш мільйонні застави у Центральну виборчу комісію?), але якщо хтось надаватиме їм незаконні привілеї, ми таку людину із партії виженемо (і колись показово це зробити!).

Зрозуміло, що перш ніж переконувати, треба дізнатись, які саме стереотипи існують у громадській думці на даний момент, і зробити це можна лише шляхом соціологічних досліджень. А вже після того, як ми виявили наявний тут набір ідей і настроїв, і оцінили його як неконструктивний, тобто – не сприяючий бажанню працювати, ми повинні сформулювати більш оптимістичні ідеї і створити відповідні іміджі. І далі, по мірі засвоєння громадською думкою цих іміджів, пропонувати ще більш оптимістичні настрої та зразки старанної праці. Саме ця, тонка й оперативна робота по інформаційному управлінню громадською думкою дозволяє зробити суспільство цивілізованим, демократичним і розвинутим, а відсутність такої роботи (в дезорганізованому масовому суспільстві) змушує застосовувати диктаторські методи насадження дисципліни та облудні методи пропаганди, щоби замінити песимістичну нестаранність населення ідеологічним фанатизмом.

Втім, справжньої старанності, організованості й далекоглядності неможливо досягти насадженням фанатизму, адже його вожді закликають завжди до героїчного пориву і, загалом, до боротьби (в т.ч. і трудової боротьби), апелюючи до почуття незадоволення і ненависті, а не до бажання працювати і розвиватись. Отже, біда пропаганди в тому, що вона, як правило, ведеться найлегшим шляхом: задля популярності потурає незадоволенню, а не виводить із нього, лякає неіснуючими загрозами (бо в погане люди легше вірять), а потім скеровує ці найгірші почуття на самовіддані, але імпульсивні дії. Але після короткочасного пориву маси впадають у ще більший песимізм і зневіру, розчарування в ідеях і апатію до будь-якої роботи, тобто – найгірший стан громадської думки. А значить, пропаганда – це короткотривалий обман і маніпулювання, а не управління громадською думкою, адже управляти можна лише тим, що рухається і чогось прагне, тоді як після пропаганди люди вже ні в що не вірять і нічого не хочуть.

З огляду впливу на громадську думку показовою є теорія інформаційного «порядку денного», яка була розроблена американськими дослідниками М.Маккоумзом і Д.Шоу у 1970-і роки в результаті вивчення впливу ЗМІ на політичні уподобання американських виборців. Спочатку метою досліджень

було довести, що мас-медіа нав'язують аудиторії певні пріоритети, внаслідок чого аудиторія починає вважати їх важливими. Для підтвердження теорії використовувався контент-аналіз виступів ЗМІ, з одного боку, а з іншого – даних соціологічних опитувань. Для інтерпретації отриманих даних Маккоумз і Шоу ввели два нових поняття: «**порядок денний**» (agenda) - як набір сюжетів і проблем, що вважаються в суспільстві найбільш важливими на даний момент, а також «встановлення порядку денного» (agenda-setting) - як процес впровадження даного набору сюжетів у свідомість аудиторії. Дослідження Маккоумза і Шоу довели, що кореляція між повідомленнями ЗМІ та перевагами виборців існує. Тобто коли ЗМІ звертаються до тих чи інших проблем, аудиторія також починає їх сприймати як найбільш важливі й заслуговуючі на увагу. У свідомості читачів (глядачів) відбувається своєрідне «займання» («priming») цікавості й уваги до відповідної проблеми.

В результаті у масовій свідомості формується особлива реальність, картина світу, профільована через засоби масової інформації. Втім, подальші дослідження показали, що *пріоритети аудиторії ніколи повністю не збігаються з офіційно нав'язаним «порядком денним»*. По-перше, існують труднощі, про які люди думають і які вважають важливими, навіть якщо про них не говориться в ЗМІ. Подібні проблеми (наприклад, безробіття, високі ціни, погана їжа і т.д.) отримали назву «нав'язливих» («obtrusive»). По-друге, крім «нав'язливих» проблем вчені виявили ще декілька «порядків денних», що не збігаються один з одним: особистий (охоплює найбільш важливі для даного індивіда проблеми), міжособистісний (те, що важливо для близьких людей індивіда та тієї групи, до якої він належить), а також гаданий суспільний «порядок денний» (уявлення індивіда про те, які проблеми важливі для його спільноти).

Задавшись питанням, від чого залежить потрапляння тих чи інших проблем у масове «інформаційне» поле, вчені перейшли до дослідження самих механізмів встановлення порядку денного. У результаті з'ясувалося, що ЗМІ публікують ті новини, які в умовах невинного медіа-конвеєра виявляються найлегше вбудованими у вже наявну систему суспільних цінностей та поглядів, а також – у наявну кон'юнктуру. З іншого боку, на ЗМІ впливають і різні гравці суспільно-політичного поля – лобісти та політики. Таким чином, порядок денний стає наслідком компромісу між силами, що впливають на ЗМІ, тоді як думка аудиторії в цьому компромісі враховується слабо. Втім, як ми бачили, громадська думка має певну незалежність від медійного впливу, який, відтак, не варто перебільшувати.

5. Згідно із законодавством України, **реклама** (лат. *reclamare* – кричати, кликати, голосно заперечувати) – це комунікативно поширювана інформація про особу чи товар, посилена атрактивністю (привабливістю) якої повинна сформувати або підтримати інтерес її адресатів щодо цієї особи чи товару з метою прямого чи опосередкованого одержання фінансових, політичних або соціальних вигод. Відповідно до цілям реклама розділяється на такі види: *комерційна, політична та соціальна*. Розрізняють також АТЛ- і ВТЛ-рекламу. **АТЛ** (англ. *above-the-line*), або **пряма реклама** здійснюється у ЗМІ і з чітким зазначенням, що це рекламна інформація. Основні її види – це реклама на телебаченні, радіо, у пресі, Інтернеті (банери), зовнішня реклама (англ. *out-of-home*) та внутрішня реклама (англ. *in-door*, що розміщується на стаціонарній основі всередині приміщень громадського призначення). **ВТЛ** (англ. *below-the-line*), або **прихована реклама**, яка об'єднує *промо-акції, виставки, директ-маркетинг* (пряма особиста комунікація із споживачем або клієнтом середовища «бізнес для бізнесу» з метою побудови взаємин без посередників через пряму адресну розсилку (у т.ч. спам) і створення клієнтської бази та системи управління взаємовідносинами (англ. CRM, - Customer Relationship Management), тобто програмного забезпечення для реєстрації та аналізу смаків і потреб адресатів для автоматичного налагодження співробітництва з ними), прихована реклама за допомогою *нейромаркетингу* (через використання методів фіксування фізіологічної активності мозку у відповідь на певні асоціації, що отримали назву ZMET, Zaltman Metaphor Elicitation Method, або – Метод отримання метафор Залтмена; втім, *нейромаркетинг* використовують і у прямій рекламі для визначення *ефекту взаєморозуміння*), *продакт-плейсмент* (непов'язані із сценарієм згадки та демонстрації прихильності позитивних героїв фільму до певних брендів), *POSM* (англ. Point of Sale, роздаткові матеріали, що сприяють просуванню бренду або товару на місцях продажів), *SMM* (англ. Social Media Marketing, тобто маркетинг у соціальних мережах та блогах у напрямку репутаційного менеджменту та брендингу) тощо.

Паблісіті (англ. *publicity* - публічність, гласність) – (1)діяльність із досягнення поінформованості, популяризації та просування якоїсь організації (суб'єкта PR-впливу) та її продукції шляхом поширення неоплаченої організацією або спонсором інформації у засобах масових

комунікацій. Паблісіті ще називають безкоштовною рекламою. Будучи технологією PR, *паблісіті* формує інформаційний привід і разом із *стилем, іміджем, брендом і репутацією* є тим, що прийнято називати основними структурними складовими нематеріального активу організації. Прикладом стандартного паблісіті може бути інформація про інновації, благодійність, мистецькі акції та інші інформаційні приводи. Результатом цієї PR-діяльності постає **паблісіті** як (2)відомість, популярність, як публічна оцінка діяльності суб'єкта PR. Паблісіті – це сила впливу на споживачів і бізнес-партнерів суб'єкта за допомогою рекламних матеріалів, публікацій у газетах і журналах, теле- радіо передач, презентацій і корпоративних заходів.

Тобто ненав'язлива, грамотно підготовлена та вчасно подана у ЗМІ інформація буде безкоштовно надрукована, принісши при цьому дивіденди учасникам подій. Річ у тім, що споживачі, які переситилися рекламою, чудово усвідомлюють її кінцеву мету та відсутність у рекламі щирості та об'єктивності, а тому мало їй довіряють. Набагато більше довіри викличе газетна стаття або відеоролик у телевізійній передачі, що згадують компанію, її продукцію або бренд не в рекламних цілях, а з метою донесення якої інформації. Читачі, глядачі або слухачі, отримуючи таку інформацію, вважають її джерелом відповідне ЗМІ. ЗМІ безкоштовно отримують таку інформацію від PR-джерел, і залежно від її актуальності та інтересу для аудиторії можуть скористатися нею, але вплинути на ЗМІ у цьому питанні PR-компанії не в силах (принаймні, якщо працюють чесно), адже те, яким чином і у якому вигляді надана ЗМІ інформація буде опублікована, цілком залежить від співробітників ЗМІ. Передача журналістам подібної інформації може відбуватися по-різному – в телефонній бесіді, за чашкою кави, з трибуни, через інтернет-презентацію тощо, але головними умовами її прийняття і використання будуть її цікавість для аудиторії ЗМІ та довірливі, щирі стосунки із редакцією ЗМІ.

Місцем народження паблісіті вважається Голівуд, причому його авторами були не режисери або актори, а грамотні продюсери. Адже кожен фільм це не тільки кінострічка, - це самостійний бренд, який оточений підприємцями, дизайнерами та постачальниками. Яскравий приклад - вигадана ще у 50-их роках минулого століття концепція Уолта Діснея, у якого кожен фільм супроводжувався маркетинговою кампанією, що включала випуск і продаж іграшок, шкільного приладдя, брелоків, постерів, постільної білизни, книг, записів. До речі, паблісіті – не обов'язково позитивна інформація. Той же Голівуд першим втілював у життя девіз про те, що нехай говорять будь-що про нас, головне – нехай говорять (аби лише ім'я не перекручували). Багато зірок шоу-бізнесу, в тому числі й вітчизняні, прийшли до популярності саме на хвилі скандалу. Причому, парадоксально, але факт: чим більше негативу повідомляється про «зірку», тим більшою є народна любов. Проте, звичайно, в серйозному діловому світі учасників скандалів не жалують. Тому щодо економічних і, меншою мірою, політичних суб'єктів ідуть у хід, все ж таки, PR-технології створення позитивного іміджу.

Пропаганда (термін походить від латинської назви створеної у 1622 році католицької організації «Congregatio de propaganda fide» – «Об'єднання для поширення необхідної віри») – форма комунікації, спрямована на розповсюдження через засоби масової інформації фактів, доводів, чуток та інших повідомлень для впливу на суспільну думку на користь певної ідейно-політичної позиції. Пропаганда – це форма маніпулювання суспільною свідомістю через (а)*емоційно заряджені повідомлення*, що мають спровокувати бурхливу емоційну реакцію і тим самим – нав'язати певні оцінки в обхід критичного мислення (що є **агітацією**, яка, за визначенням, застосовується переважно проти влади); (б)*вибіркову подачу раціональної інформації* (це так звана «інтелектуальна брехня», дуже характерна саме для *пропаганди*, яка, за визначенням, застосовується переважно владою і на користь влади); (в)*масоване атакування суспільної свідомості явно брехливою інформацією* (яку не встигають спростувати і після якої «щось обов'язково залишиться», - як твердив її відкривач, міністр фашистської пропаганди Гебельс; застосовується найчастіше владою як **контрпропаганда** проти опозиційної *агітації*).

В усіх цих методах пропаганди свідомою метою і результатом є покращення оцінки та інтенсифікація настроїв мас до її суб'єкта, що повинно спонукати ці маси до посиленої і неоплачуваної діяльності на користь владних цілей даного суб'єкта. Те, що пропаганда завжди має *політичні цілі* (допомагає отримати владу, зосередити у своїх руках і використати) підтверджує така її риса, що пропаганда насамперед не переконує, а обманує, і обманує небезкорисливо, добиваючись вигідної для себе поведінки населення; більше того, пропаганда звертається до найширших верств, прагнучи охопити усіх і на якомога довший строк, - тобто прагне не до точності розуміння, а до всезагальності, і не до сили переконань, а до бездумної відданості. Причому досягнута таким чином масова й гаряча підтримка не дає якихось бізнесових, економічних вигод, не стимулює культурного

або морального зростання, не допомагає науковим, спортивним або сімейно-побутовим досягненням. Єдина можливість практично її використати, це скерувати настрої мас на силову боротьбу із якимось небезпечним ворогом (зовнішнім або внутрішнім, який може бути лише владою або її противниками), на об'єднання зусиль проти якоїсь спільної біди або за якусь спільну, грандіозну ціль, - що вимагає від усіх термінових, авральних зусиль на рівні героїзму.

Отже, все, чого добивається пропаганда – це спровокувати короточасні (поки триває емоційний порив), але масові та інтенсивні, самовіддані дії, які за своєю природою є нестійкими, а тому будь-яка пропагандистська кампанія швидко втрачає запал (і має бути змінена новою грандіозною ціллю, шумихою та ентузіазмом). Саме тому пропаганду варто відрізнити від **ідеології**, що насаджується шляхом цілеспрямованого та систематичного створення історій про «героїв» та «зłodіїв», художні образи яких мають сформувати у мас довготривалі оціночні узагальнення, втілені в огульних і розмитих термінах-ярликах та у масових акціях (причому і акції, й оцінки тут набагато менш бурхливі, але більш стійкі і переважно конструктивні, націлені на старанну роботу мас заради ідеї, тобто безкоштовно, на ентузіазмі). Завдання ідеології – виховати суспільство у певному дусі, тобто змінити людей на рівні характеру, добиваючись від них *ідентифікації* себе із нав'язуваним ідеологією світоглядом та способом життя. Отже, все, чого добивається пропаганда – це спровокувати короточасні (поки триває емоційний порив), але масові та інтенсивні, самовіддані дії, які за своєю природою є нестійкими, а тому будь-яка пропагандистська кампанія швидко втрачає запал (і має бути змінена новою грандіозною ціллю, шумихою та ентузіазмом).

Ось чому пропаганда проковує і підживлює сильні, афективні емоції (захвату, гніву, гордості або скорботи), які потім використовуються політичними лідерами, тоді як *ідеологія* звертається до глибокої соціальної потреби ототожнювати себе із якоюсь великою спільнотою, причому великою не у кількісному сенсі, а у сенсі славетного минулого, спільних успіхів у сьогоденні і великих планів на майбутнє. На сьогодні українці не навчилися іще пишатися своєю історією і не надто вірять у світлі перспективи країни в цілому, і саме тому можна говорити, що ідеологія у нас не працює, а наслідком цього упущення є і слабка старанність студентів у навчанні, і корупція, і брак патріотизму. Люди готові емігрувати в Америку або Росію та ідентифікувати себе з іншим народом, належність до якого гарантує не стільки матеріальні перспективи, скільки можливість пишатися ідеологічно «розкрученим» державним «брендом». Ідеологія, як і PR, працює на стратегічну мету, тоді як пропаганда (та її різновиди - контрпропаганда й агітація) – на одномоментну, тактичну ціль у наявній політичній кон'юктурі. Виходячи із цих ознак, можна стверджувати, що в Україні під назвою «PR» (і навіть частіше – «чорний PR») фактично застосовується пропаганда та агітація (тобто має місце підміна понять), застосування яких шкодить не тільки національній гордості, але і простій довірі населення до влади, що є проявом недалекоглядності політиків та незрілості усієї нашої політичної системи.

Втім, ця наївність і незрілість із часом минеться, а тому справжнім спеціалістам не варто плутати ці різні засоби впливу, підпорядковуючи тактичні, іміджеві-пропагандистські методи – стратегічній меті PR-впливу. Колись так само наївно оцінювали свої можливості і західні піарники. Так, коли у 1972 році, після виборів у Конгрес США були підраховані суми, витрачені кандидатами на політичну рекламу, то з'ясувалося, що найчастіше вибори вигравали ті, хто витратив більше коштів на те, що слід називати пропагандою. Через чотири роки були проведені додаткові дослідження, які підтвердили отримані раніше результати¹⁰².

Однак в обох дослідженнях виявилась і така тенденція: найбільше від появи на телеекрані та усіх іміджевих зусиль зросли рейтинги тих кандидатів, які були маловідомі виборцям до початку кампанії¹⁰³. Інакше кажучи, збільшився їх *паблісіті*, тобто упізнаваність, причому – до якогось середнього рівня. Тимчасом ті кандидати, хто вже раніше досяг такого ж рівня, не виграли нічого, адже посилення упізнаваності не створює популярності (її створюють особисті якості, які важко імітувати). А ще гірше (для політиків і рекламистів) те, що ні упізнаваність, ні популярність окремих осіб не впливають на бажання голосувати за них на виборах.

А значить, не треба перебільшувати значимість маніпулятивного впливу, - він посилює лише ті установки адресатів, які вже існували до нього. Виборці неусвідомлено вирізняють і надають перевагу якомусь кандидату до знайомства з рекламою, а подивившись її, лише поліпшують думку

¹⁰² Див.: Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі. – Режим доступу: <http://www.readbook.com.ua/book/37/974/>

¹⁰³ Про ефект паблісіті див.: Майерс Д. Социальная психология. 7-е издание. Глава 7. – Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/mayers/07.php

про свого обранця і погіршують думку про його конкурентів. Якщо ж реклама пропонує їм поміняти думку радикально, то вони оцінюють її як непереконливу і навіть брехливу. Американські соціологи Т. Паттерсон і Р. Макклур шляхом досліджень виявили, що три чверті глядачів реагують саме на зміст політичної реклами, а не на її зовнішню привабливість (хоча в торговій рекламі найчастіше буває навпаки). І тому нав'язлива символіка і дешева риторика політичної реклами виявляються занадто очевидними для виборців. Як відзначають автори, політична реклама часто виглядає скоріше смішною, аніж переконливою¹⁰⁴.

Треба відзначити, що зміст політичної реклами (на який і реагують глядачі) – це не наукова точність обіцянок, це певне співвідношення раціональних та емоційних аргументів, доповнене особистою щирістю і переконаністю у їх подачі. Причому раціональних аргументів має бути небагато, але вони повинні бути доступними і «життєвими». Більше має бути емоційних аргументів: критики, обіцянок, закликів, звернень до почуттів, - але ці складові мусять бути урівноважені і жоден із них не повинен домінувати. А от щирість і переконаність у своїх словах – це якраз ті особисті якості, які важко імітувати і які створюють справжню популярність політика (котра, втім, не гарантує його перемогу на виборах, адже на цей результат впливає набагато більше чинників).

В усіх видах PR-впливу критично важливою для успіху є така риса піарника як *гнучкість* вибору форм і методів, здатність адаптуватися і до вимог та побажань замовника, і до потреб та смаків споживача, а отже – вміння знайти компроміс між ними без шкоди для обох сторін і без явного обману (який, зрештою, завжди викривається, а тому є невідповідним з точки зору перспективи). Для цього піарнику треба мати у своєму арсеналі цілей та засобів максимальну кількість альтернатив, а також – постійно її розширювати. Одна із найважливіших цілей PR-впливу, - яку у нас часто недооцінюють, - це досягнення *емоційного контакту* із адресатами, для якого потрібно не тільки розуміти їх цінності, потреби, репрезентативні системи (у т.ч. і через соціологічні та психологічні дослідження), але й поважати (принаймні не думати, що люди «проковтнуть» усе, що їм підкинуть) та намагатися глянути на свої дії їх очима й відчутти їх реакції, бажання та наміри (для цього використовуються фокус-групи, але важливішою тут є здатність до *емпатії*).

Підіб'ємо підсумки. У чому принципова відмінність перелічених форм впливу на масову та індивідуальну свідомість? *Реклама* – це найпростіша форма впливу, зосереджена, здебільшого, на формуванні одномоментних, скороминучих *оцінок* щодо свого об'єкту, а тому її методи зводяться або до оригінальності, умінні вразити і сподобатись (у кращому випадку), або до нав'язливості. Натомість **PR-вплив** – це формування, насамперед, соціальних *установок*¹⁰⁵, тобто стійкого комплексу ставлень, суджень і поведінки мас щодо певних суспільних об'єктів та явищ, близького до соціологічного поняття «групові цінності». Важливо те, що установки обумовлюють готовність не до окремих дій, а до систематичної діяльності, - а тому завжди супроводжуються пояснювальними ідеями, які, в комплексі із емоційним ставленням і має розвивати PR. На відміну від реклами, тут мало сподобатись, - у PR-впливу потрібно діяти і на почуття, і на погляди реципієнтів, а головне – цього неможливо добитись яскравою, одноразовою акцією (необхідно систематично роз'яснювати цілі й подавати із вигідної сторони результати, а цього показухою та обманом не доб'єшся, - приходить бути чесним), і взагалі – неможливо нав'язати (ставлення та погляди важко бодай трохи перемінити, а тому піарникам слід іти їм на поступки, - навіть якщо вони хибні, - домагаючись змін у ключовому питанні порозуміння й співробітництва із суб'єктом PR-впливу).

Пропаганда діє на менш глибокі пласти психіки, створюючи сильні, але короточасні *настрої*, тобто засліплені, нерозважливі емоційні стани, які можна використати у нетривалих силових діях (як правило – добровільних, а тому – неоплачуваних). Однак пропаганда не ставить собі за мету змінити людину назавжди (на відміну від ідеології), а тому нерідко вдається до облудних, галасливо-демагогічних методів, щоби спровокувати самовіддану боротьбу із чимось або кимось. PR-вплив рідко досягає такої фанатичної підтримки (та й не ставить перед собою подібного завдання, вдовольняючись мовчазною згодою населення), а *ідеологія*, хоча і здатна добитись цього, але орієнтується на досягнення стійкої *ідентифікації* мас із її світоглядом та способом життя, яка має виявляти у гордості за свою країну і готовності добровільно і старанно працювати заради її та свого майбутнього.

Згідно деяких досліджень, 70% товарів люди купляють за порадою третіх осіб, тобто не за порадою рекламістів чи продавців товару, з одного боку, і не за власним розсудом і рішенням, з

¹⁰⁴ Лебедев-Любимов А. Психологія реклами. – Режим доступу: http://www.psychology.vuzlib.org/book_o247_page_9.html

¹⁰⁵ Див.: Москаленко В.В. Психологія соціального впливу: http://b-ko.com/book_37_glava_41_4.2._Соціальна_уст.html

іншого. Використання чуток і невимушених обговорень стають, тим самим, найбільш дешевим і водночас найбільш ефективним (завдяки прихованості) засобом рекламної дії. Однак у цій справі важливо розуміти, що **афективні**, тобто захоплюючі або епатуючі **маркетингові засоби**, хоча і викликають негайне зацікавлення й обговорення (котре стає для багатьох «*миттєвою рекомендацією*»), проте так само швидко перестають бути цікавими й забувається, - а значить, можуть використовуватися тільки для короткочасних торгових кампаній малих фірм, яким необхідно швидко повернути вкладені гроші, або для продажу товару, що швидко псується.

Якщо ж рекламникам потрібно подовжити строки невимушеного обговорення їх товару, то тут краще діють так звані «*відкладені рекомендації*», тобто ті, якими споживачі діляться не відразу після знайомства із товаром чи рекламою, а пізніше, при нагоді¹⁰⁶. Таку реакцію викликають не яскраві рекламні трюки, а **врівноважені** (хоча і креативні) **маркетингові засоби**, що не кидаються у вічі, а проходять ніби повз увагу, десь на задньому фоні сприйнятої картинки, - проте мають ясні й чіткі тези, що солідно і ненав'язливо інформують про конкретні можливості товару чи послуги, а тому обговорюються впродовж тривалого часу і значно більшим, зрештою, числом людей, і через це більше підходять для великих рекламних кампаній. Інакше кажучи, відкладена прихована реклама має діяти не на сьогохвилинні бажання, а на асоціації, які згодом викличуть у пам'яті рекламну інформацію.

Скажімо, відпустка для багатьох позитивно асоціюється із морем, значить товар для відпустки важливо візуально пов'язати із морем, а ще краще в рекламі, націленій на перспективу, технологічною інформацією довести, що для комфорту і радості відпочинку без нього – ніяк. Саме через асоціації французька музика у супермаркеті підвищувала продажі французьких вин, а німецька – німецьких. А заклик до студентів «завжди класти на піднос свіжі овочі та фрукти» помітно збільшив попит на них у їдальні (адже піднос асоціювався із їдальнею), оскільки закликав до конкретної дії, тоді як більш абстрактний заклик «споживати овочі та фрукти» і «вести здоровий спосіб життя» до жодних змін у споживачькій поведінці не призвів. Дослідження виявили, що навіть у політичній сфері зберігається подібна, асоціативна тенденція: люди помітно частіше надають перевагу політикам, які ініціюють фінансування шкіл, якщо голосують на виборчій дільниці, розташованій у школі¹⁰⁷.

Тобто краще не давати абстрактних повчань (згадайте *принцип позитивізму* у соціології), а закликати до конкретної дії, - так, щоби цей заклик сприймався як безкорислива порада (соціальна реклама), але насправді оживляв тривалий час навіювані асоціації із товаром, «конче необхідним» для даної дії. Це, знов-таки, нагадує вимогу «неочевидності наміру» (запитань у анкеті), але в даному випадку є більш складною технологією створення умов для виникнення попиту¹⁰⁸: спершу треба довго насаджувати стійку асоціацію даного товару із певним способом життя або конкретною діяльністю, надаючи технологічну і, нібито, ні до чого не закликаючу інформацію про товар, а потім непрямо, неочевидно нагадувати про цю інформацію в той час і в тих місцях, де споживач приймає рішення про купівлю подібного товару.

Визначення ключових термінів теми №15:

Масове суспільство – це *проміжний стан соціальної структури*, за якого феодальні соціальні зв'язки (вертикальні в рамках клану) руйнуються, а капіталістичні, горизонтальні зв'язки всередині кожної соціальної страти ще не налагоджуються, тож *люди поводять себе доволі хаотично й егоїстично* (через брак традицій і соціального контролю), об'єднуючись лише у стихійні натовпи, котрі добре навчилися мобілізувати і скеровувати на деструктивні дії демагогічні політики; в другому значенні масове суспільство розуміють як *стандартизований, уніфікований соціум, що стирає всі культурні, станові і національні відмінності*, в тому числі і між країнами.

Масова комунікація – це процес нецілеспрямованого (в демократичному суспільстві) формування та уніфікації масової свідомості засобами масової комунікації, - спершу періодичною пресою, радіо і телебаченням, а потім і іншими засобами електронної комунікації, а також – неорганізованими її видами (*модою та чутками*).

¹⁰⁶ Про саме таку «дифузю інновацій» див.: Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М., 2004. – 432 С. А про ефективність для ділового успіху зв'язків із неблизькими людьми див.: Грановеттер М. Сила слабых связей// Экономическая социология. – 2009. Т.10. №4, с.31-50 (<http://ecsoc.hse.ru/2009-10-4.html>) та результати досліджень: <http://procrm.su/kommunikacii/sila-slabyx-svyazej.html>

¹⁰⁷ Бергер Й. Заразительный. Психология сарафанного радио. – М., 2014. – 227 С., с.77.

¹⁰⁸ Ще американський письменник О.Генрі у повісті «Королі та капуста» столітньої давнини (1904 року) писав, що попит не можна створити, але можна створити умови, які стимулюватимуть попит.

«Комунікація мінімального повідомлення» - це здатність людей у країнах Сходу швидко й повно сприймати емоції та думки інших, в т.ч. – невисловлені словами.

«Комунікація максимального повідомлення» - це раціональне вміння людей у країнах Заходу висловлювати свою думку точно і повністю, адже інакше співрозмовник не стане в неї вдумуватись.

Мода – це вид неорганізованої масової комунікації, що забезпечує передачу нових культурних зразків у суспільстві шляхом соціального наслідування поведінки вищих страт нижчими, - за умови, якщо між стратами у суспільстві існує не надто великий розрив у їх економічному та соціальному статусі, а також – у традиціях.

Чутки – це вид неорганізованої масової комунікації, що забезпечує передачу найважливіших і найстабільніших вірців для наслідування від центральної чи локальної еліти до всіх інших верств при наявності неперешкодженої соціальної мобільності.

Громадська думка – система найпоширеніших у суспільстві поглядів, тобто емоційних оцінок та пояснювальних стереотипів щодо найбільш значимих питань суспільного життя, система, яка виражає пануючі на даний момент суспільні настрої і виявляється у змінах виробничої, електоральної та побутової поведінки мас.

«Порядок денний» (agenda) – набір сюжетів і проблем, що вважаються в суспільстві найбільш важливими на даний момент (переважно завдяки впливу ЗМІ).

Реклама (лат. *reclamare* – кричати, кликати, голосно заперечувати) – це комунікативно поширювана інформація про об'єкт, посилена привабливістю якої повинна сформувати або підтримати інтерес її адресатів щодо цього об'єкту з метою прямого чи опосередкованого одержання фінансових, політичних або соціальних вигод. **ATL** – це **пряма реклама**, а **BTL** – це **прихована реклама**.

Паблісіті – (1) діяльність із досягнення поінформованості, популяризації та просування якогось суб'єкта PR-впливу шляхом поширення неоплаченої організацією або спонсором інформації у засобах масових комунікацій. Результатом цієї PR-діяльності постає **паблісіті** як (2) відомість, популярність, тобто публічна оцінка діяльності суб'єкта PR і сила його впливу на адресатів.

Пропаганда – форма комунікації, спрямована на розповсюдження через ЗМІ фактів, доводів, чуток та інших повідомлень для впливу на суспільну думку на користь певної ідейно-політичної позиції. Пропаганда – це форма маніпулювання суспільною свідомістю через (а) *емоційно заряджені повідомлення*, що мають спровокувати бурхливу емоційну реакцію і тим самим – нав'язати певні оцінки в обхід критичного мислення (що є **агітацією**, яка, за визначенням, застосовується переважно проти влади); (б) *вибіркову подачу раціональної інформації* (це так звана «інтелектуальна брехня», дуже характерна саме для *пропаганди*, яка, за визначенням, застосовується переважно владою і на користь влади); (в) *масоване атакування суспільної свідомості явно брехливою інформацією*, яку не встигають спростовувати і поширеність якої створює враження її само очевидності; застосовується найчастіше владою як **контрпропаганда** проти опозиційної *агітації*.

Ідеологія – це міфологізовані історії про «героїв» та «злодіїв», художні образи яких мають сформувати у мас довготривалі оціночні узагальнення, втілені в огульних і розмитих термінах-ярликах та у масових діях, побудованих на ентузіазмі.

PR-вплив – це формування, насамперед, соціальних *установок*, тобто стійкого комплексу ставлень, суджень і поведінки мас щодо певних суспільних об'єктів та явищ, близького до соціологічного поняття «групові цінності».

Тема 16. Соціологія дозвілля

1. Вибір між зростанням доходу та збільшенням часу дозвілля. Дауншифтинг.
2. Співвідношення пасивного дозвілля (споживання, рекреація та розваги) й активного (змагання і самореалізація або помста і вандалізм) та чинники їх вибору.
3. Авторитарність та емпатія як гендерні маркери способу життя.
4. Ігроманія та інші адикції як прояв соціальної дезадаптованості.
5. Соціологія браку, сім'ї та розлучення.

Практичне завдання №16: Обрати одне з питань даної теми і пояснити, які закономірності поведінки у цій сфері характерні для України сьогодні. Підкріпити свої висновки даними соціологічних досліджень.

1. Індивідуальний *вибір між зростанням доходу або збільшенням часу дозвілля* набув останнім часом першочергового значення для багатьох людей у розвинутих країнах, ставши соціальним трендом і свого роду маркером осіб із кращою освітою та творчими здібностями¹⁰⁹. Ще К.Маркс у ХІХ столітті писав, що з розвитком суспільства саме вільний час стає найвищою цінністю і багатством, особливо якщо він витрачається на власний розвиток (на *самоактуалізацію*, говорячи словами А.Маслоу), тобто на **творчий і рекреативний вид дозвілля**, а не лише на **споживацький його вид**. Втім, виділяють ще й четвертий – **асоціально-гедоністичний вид дозвілля** (щось на кшталт вандалізму, до якого ще недавно відносили графіті або епатаж панків), але з точки зору соціологічної науки його негативна конотація є проявом однобічності й моральної емоційності оцінки даного явища, а значить – її ненауковості.

Дауншифтінг (downshifting) – це перехід з високооплачуваної роботи, - яка, проте, займає весь вільний час і пов'язана з надмірним стресом та емоційними навантаженнями, - на порівняно низькооплачувану, але спокійну і з великим часом дозвілля, а разом із цим свідомо відмова від предметів розкоші та кар'єрних перспектив у майбутньому. Найбільше *дауншифтерів* проживає в США та Астралії. Згідно з опитуваннями громадської думки в цих країнах, більше 30% американців і 26% австралійців вже зробили певний крок у цьому напрямку. В Австралії ж передбачається швидке зростання числа дауншифтерів, оскільки в тій країні діють громадські організації, мета яких зробити так, щоби кожен другий австралієць був дауншифтером до кінця десятиліття. Величезні незаселені території ідеально підходять для такого роду діяльності. У США так само ця ідея отримала відгук на рівні держави: вже десять років у багатьох штатах проводиться «тиждень дауншифтіngu», гасло якого звучить «Зменште темп і насолоджуйтесь життям», а для цього пропонується: хоча б на півдня залишити роботу, щоби провести цей час з коханими; приготувати смачну вечерю; віддати речі та іграшки нужденним; зробити своїми руками листівку на найближчий день народження друга; зробити за тиждень на 3 покупки менше «необов'язкових» речей; відвідати батьків; посадити щонебудь в саду; замість перегляду телевізора поговорити або пограти в настільну гру¹¹⁰.

«Купівля» додаткового вільного часу, - тобто збільшення часу на власний відпочинок за рахунок зменшення зарплатні або оплати заміників своєї праці, - збільшує відчуття щастя і задоволеності життям. До такого висновку прийшли психологи зі США, Канади і Нідерландів. Вони опитали понад 6000 респондентів із різних країн, виявивши їх ставлення до покупок, що рятують від виконання рутинної домашньої роботи, - наприклад, замовлення клінінгових послуг («покупка» чужого часу) або готової їжі (звільнення себе від приготування їжі).

Так, в одному з тестів респондентам запропонували визначити, яку частину грошей вони витрачають на «купівлю вільного часу» і відзначити, наскільки щасливими вони себе почувають за шкалою від 1 до 10. В опитуванні брали участь люди з різним рівнем доходу – від низького до високого. Виявилося, що чим більше грошей респондент витрачає на аутсорсинг рутинних обов'язків, тим більше він задоволений життям. Переваги «купівлі часу» відзначали не тільки багаті люди. «Ми припускали, що цей відсоток буде нижчий серед людей з невисоким достатком. Але, на наш подив, ми виявили однакові результати серед людей із різними доходами», - пояснила автор дослідження, професор Університету Британської Колумбії Елізабет Данн.

Учасникам іншого експерименту щотижня давали по 40 доларів. Залежно від завдання дослідників людина повинна була витратити ці гроші на покупку звичайних товарів або на те, що заощадить його час. Опитування показало: респонденти відчували себе щасливішими, коли за 40 доларів купували додатковий вільний час. «У всьому світі зростання доходів призвело до падіння рівня задоволеності життям через постійну нестачу часу. Наше дослідження доводить, що «купівля» вільного часу зменшує стрес, який відчувають люди від його нестачі. Це збільшує їх відчуття щастя», - повідомляється в дослідженні.

Вченим також вдалося з'ясувати, що нині цим рецептом щастя користується поки зовсім небагато людей. Згідно з дослідженням, тільки 2% респондентів готові витратити додаткові гроші на

¹⁰⁹ Про дозвілля та його тенденції див.: Смелзер Н. Соціологія. Параграф «Соціальний контекст досуга». – Режим доступу: http://krotov.info/lib_sec/18_s/sme/lzer_9c.htm#17; <http://www.bibliotekar.ru/enc-Semya/145.htm>; <http://reneranna.livejournal.com/2480.html>; http://socio.isu.ru/ru/chairs/ksf/courses/SSV/kurs_ lekzij/1_7.html; http://pidruchniki.com/11050519/sotsiologiya/sotsiologiya_vilnogo_chasu

¹¹⁰ Про дауншифтіng див.: <http://mport.ua/psycho/1550825-Daunshifting--rabotat--men-she-i-zhit--luchshe>; <http://ubr.ua/labor-market/life-at-work/daunshifting-sovety-dlia-nachinaushih-79610>; <https://shkolazhizni.ru/psychology/articles/5067/>; <https://lifehacker.ru/2017/07/16/9-happiness-books/>

те, що заощадить їхній час. А опитування серед 818 мільйонерів, проведений в Нідерландах, показав, що майже половина з них не робить покупки, що дозволяють заощадити час¹¹¹.

Втрата почуття сенсу в професійній діяльності стає «напастю століття», вважає газета Le Matin Dimanche. Видання посилається на підсумки проведеного ним разом зі швейцарською федерацією психологів соціологічного дослідження, в ході якого більше 80% з 480 опитаних експертів заявили, що, на їхню думку, за останні 10 років швейцарці стали частіше відчувати «страждання на роботі».

«Працівник піддається зростаючого тиску, він має в своєму розпорядженні все менше часу і повинен постійно звітувати про свою ефективність, - пояснила психотерапевт Дженні Хюмбер. - Людське спілкування заміщається електронною поштою і документами. Креативність душиться протоколом». У свою чергу, фахівець з трудових відносин Лоран Бруйер бачить корінь проблеми в тому, що в сучасному світі для людини ключове значення має сенс його існування, і це обумовлено «легкістю доступу до інформації». «Якщо раніше люди просто купували рис, то зараз для них має значення, де його виробили, хто і в яких умовах», - пояснив він, додавши: «Посилюється глобальна свідомість, створюючи нові парадокси у всіх областях».

«Страждання на роботі», вказують експерти, мають різні форми, і одна з найбільш поширених – це крайнє фізичне і психічне виснаження - «згорання». За словами психолога Катрін Васі, «напруга для організму така, що він не витримує». На самопочутті працівника та результатах його праці негативно позначається також нудний характер професійної діяльності, який не відповідає його кваліфікації та прагненням. На відміну від «згорання», в даному випадку людина продовжує працювати, але нерідко в кінці кінців змінює місце роботи.

Дослідники вказують на появу феномену зниження самовіддачі на роботі в силу того, що співробітник розчарований у своїй праці і не бачить в ньому сенсу. Як зауважує Катрін Васі, цей стан може зачіпати осіб цілком фінансово благополучних, добре освічених, які займають керівні пости. Вони перестають бачити сенс у своїй роботі і починають сприймати її як абсурдну. Оскільки оточуючими вони, як і раніше сприймаються як «успішні», то їм важко буває поділитися з кимось цими проблемами. Вони хочуть змінити професію на більш практичну, де були би виразно видно результати, зокрема, зайнятися ремісничим виробництвом або соціальною роботою.

Однак, як попереджає психолог Маріон Ауфзеєссер, «небезпека для банкіра, який вирішив стати пивоваром», полягає в ризику розорення, оскільки реальні труднощі такої професійної «конверсії» нерідко недооцінюються. Більшість психологів радять дотримуватися в таких випадках «принципу реалізму», не втрачаючи балансу між своїми бажаннями та шансами на успіх на новому терені. На думку Ауфзеєссер, з огляду на посилення в сучасному суспільстві цієї проблеми роботодавці «повинні дозволяти підлеглим висловлювати свої побажання». На її думку, працівники повинні мати можливість для задоволення особистісних запитів, і начальство повинно надавати їм в цьому підтримку¹¹².

2. Питання співвідношення чотирьох видів дозвілля, які можна розділити на тип *пасивного дозвілля* (споживання, рекреація та розваги) та *активного дозвілля* (змагання і самореалізація або помста і вандалізм) варто вивчити самостійно, звернувши увагу на *чинники їх вибору*. Для цього можна скористатися такими посиланнями¹¹³. Провівши чимало досліджень, М.Чіксентміхай в книзі «Потік. Психологія оптимального переживання» стверджує, що активне й радісне проведення дозвілля робить людину постійно щасливою, дозволяючи їй переживати стан, близький до буддистського просвітлення¹¹⁴.

¹¹¹ Див.: <http://www.pnas.org/content/suppl/2017/07/18/1706541114.DCSupplemental/pnas.1706541114.sapp.pdf>; <http://sci-dig.ru/psychology/lyudi-pokupayushhie-vremya-schastlivee-drugih/>; <http://www.pnas.org/content/114/32/8523.abstract>

¹¹² Див.: Психологи назвали потерю смысла в работе проблемой века // Новости науки. Science digest. – [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://sci-dig.ru/psychology/psihologi-nazvali-poteryu-smysla-v-rabote-problemoy-veka/>

¹¹³ Про активний та пасивний відпочинок див.: <http://5sfer.com/22521-opasnosti-i-vozmozhnosti-dosuga-po-knige-m-chiksentmikhay-v-poiskakh-potoka.html>; <http://studbooks.net/642434/sotsiologiya/struktura-svobodnogo-vremeni-studentov>; <http://dspace.nua.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/690/1/Удовічка%20Т.А.%20Социология%20свободного%20времени%20и%20досуга%20заоч.pdf>; <https://xreferat.com/84/1661-2-sociologiya-dosuga.html>; Хейзинга Й. Homo Ludens (Человек играющий). Статьи по истории культуры: http://lib.ru/FILOSOF/HUIZINGA/huizinga.txt_with-big-pictures.html

¹¹⁴ Див.: Чіксентміхай М. В поисках потока. - Режим доступу: http://loveread.ec/read_book.php?id=45897&p=1

3. Про авторитарність та емпатію як гендерні маркери способу життя студенту необхідно почитати самостійно, скориставшись такими посиланнями¹¹⁵.
4. *Ігроманія та інші адикції як прояв соціальної дезадаптованості* можна вивчити, переглянувши такі джерела¹¹⁶.
5. *Соціологія браку, сім'ї та розлучення* є добре висвітленим у літературі питанням, тож матеріали по ньому неважко буде знайти самостійно, зокрема тут¹¹⁷.

¹¹⁵ Про гендерну психологію див.: Гіденс Е. Соціологія. Глава 5. - Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/86865-genderna-sotsalzatsya.html>; <https://scibook.net/psihologiya-gendernaya/gendernaya-psihologiya-uchebnoe-posobie-spb.html>; <https://www.litmir.me/br/?b=112144>; http://www.goldbiblioteca.ru/online_psihologiya/online_psistr4/370.php

¹¹⁶ Про адиктивну поведінку див.: <https://odepressii.ru/zavisimost/addiktivnoe-povedenie.html>; <https://psyera.ru/addiktivnoe-povedenie-560.htm>; http://studbooks.net/1297821/psihologiya/klassifikatsiya_addiktivnogo_povedeniya; <http://onevroze.ru/chtotakoe-addiksiya-etapy-razvitiya-osobnosti-lichnosti-i-profilaktika.html>; <http://psihomed.com/addiksiya/>; https://studwood.ru/607100/psihologiya/addiktivnoe_povedenie_psihologiya_internet-zavisimosti

¹¹⁷ Про соціологію браку та сім'ї див.: Гіденс Е. Соціологія. Глава 7: <http://westudents.com.ua/glavy/86909-rozdl-7-smya-shlyub-osobiste-jittya.html>; http://www.k2x2.info/obshestvoznanie/sociologija_kratkii_kurs/p6.php; <http://socio.rin.ru/cgi-bin/article.pl?id=553&page=1>; <http://www.studfiles.ru/preview/5044313/page:15/>; <https://fundacia.org.ua/index.php/doslidjenya>; http://ipress.ua/news/kryza_ukrainskoi_simi_61_podruzhnih_par_rozluchayutsya_21641.html