



МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Соціологія в контексті сучасних соціальних змін

Матеріали IV Міжвузівської студентської
науково-практичної конференції,
м. Київ, 27.04.06 р.

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



СОЦІОЛОГІЯ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

*Матеріали IV Міжвузівської студентської
науково-практичної конференції,
м. Київ,
27 квітня 2006 р.*

Київ 2007

ББК 60.5я43
С69

Відповідальний за випуск
Р. Р. Марутян, канд. іст. наук, доц.

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Інституту соціальних наук (протокол № 1 від 06.09.06)*

Студентський науковий меридіан

Випуск 2

С69 Соціологія в контексті сучасних соціальних змін: Матеріали IV Міжвузівської наук.-практ. конф., м. Київ, 27 квітня 2006 р. — К. : МАУП, 2007. — 184 с. — Бібліогр. в кінці статей.

ISBN 966-608-691-3

У збірнику студентських робіт розглядаються питання вдосконалення системи соціального управління та політичних відносин у сучасному соціумі.

Значна увага приділена проблемам розвитку інститутів політичного лідерства в Україні, становленню громадянського суспільства.

В контексті сучасних соціальних змін висвітлюються питання щодо гендерної політики та різних аспектів прийняття управлінських рішень.

Збірник наукових публікацій буде цікавий для студентів, аспірантів, для всіх, хто досліджує управлінські та політичні проблеми сучасного суспільства.

ББК 60.5я43

ISBN 966-608-691-3

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2007

Зміст

О. Ахметова

*Проблеми розвитку інституту політичного лідерства
в Україні 5*

В. Алексеєнко

*Соціальні технології формування внутрішньофірмової
ідеології 11*

Н. Протасова

Фемінізм як суспільний рух та соціологічна теорія 24

Н. Корягіна

*Гендерний паритет у сучасній Україні: можливі
механізми втілення 32*

О. Василенко

Тренінг як соціальна технологія в управлінні персоналом 41

А. Сірко

*Техніки маніпуляційного впливу під час виборчих
кампаній в Україні 52*

П. Шпіра

Інститут сім'ї як фактор соціалізації особистості 61

Ю. Щербакова

Синергетический взгляд на проблему управления организацией 68

Л. Петричук

Узагальнена класифікація управлінських рішень..... 80

Г. Дідух

*Пошук засобів управління політичним розвитком
суспільства: аналіз концепцій міфу 88*

О. Філоненко

*Алгоритм прийняття управлінського рішення за різних стилів
лідерства в організації..... 97*

А. Ткач	
Соціально-психологічні та етичні засади прийняття управлінських рішень вищим керівництвом	104
Я. Керунець	
Геноцид єврейської общини Мукачєвого під час Другої світової війни (соціологічні узагальнення)	111
А. Сатаєва	
Можливість застосування супероптимальних рішень у державному управлінні	119
Ю. Мельник	
Методи прийняття рішень із управління розвитком організаційної культури	126
А. Гаврик	
Вплив гендерної політики на народжуваність	132
І. Ревська	
Ефективність використання евристичних методів прийняття рішень в організаціях різних типів	140
І. Кузьмич	
Проблема як ключовий момент процесу прийняття управлінських рішень	145
В. Брязкун	
Флешмоб у сучасному суспільстві: субкультура чи спосіб управляти людьми?	153
Л. Кожекіна	
Реклама як засіб формування соціальних стереотипів.....	161
В. Шостак	
Становлення громадянського суспільства в інформаційну добу.....	170

О. АХМЕТОВА

*студентка V курсу,
МАУП*

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНСТИТУТУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРСТВА В УКРАЇНІ

Для кожної історичної епохи, кожного етапу суспільного розвитку, як і для кожної політичної системи і політичного режиму, властиві свої особливості й методи формування політичного лідерства. Триває цей процес і в Україні. З метою наукового дослідження проблем розвитку інституту політичного лідерства необхідно зупинитися на науковому тлумаченні основних термінів, вжитих у роботі.

Інститут політичного лідерства є механізмом групової інтеграції, що об'єднує дії навколо особи (чи певного угруповання), яка відіграє роль керівника і здатна приймати політичні рішення та втілювати їх у відповідні правові норми й практику державно-політичного і громадського життя [1, 335, 438–439].

Наукові дослідження світової і вітчизняної практики політології дають змогу зробити висновки, що політичне лідерство міцно пов'язане з політичною ситуацією. Найхарактернішою прикметою політичного лідерства, незважаючи на будь-які зовнішні чинники, завжди має бути мистецтво досягнення згоди, тобто максимального співробітництва за мінімальних розбіжностей. Отже, лідерство не може бути лише набором особистих якостей та здібностей керівників, а визначається особливим видом міжособистісних відносин, основним різновидом серед яких є політична інтеграція.

Політична інтеграція — це сукупність політичних процесів, спрямованих на консолідацію, злиття суспільних, політичних, військових, економічних структур або етносів у рамках однієї держави з метою протидії деструктивним внутрішнім і зовнішнім чинникам [1, 337].

Необхідно звернути увагу на те, що на сьогодні процеси політичної інтеграції в Україні набули проблемної форми. Справа в тому, що нинішня ситуація, з одного боку, ускладнюється тривалим, стійким протиборством між різними частинами елітних угруповань, тобто іс-

нують серйозні проблеми у внутрішньому середовищі політичної еліти. З іншого боку, спостерігається слабка здатність спільноти до інтеграції навколо існуючих партій, що також пояснюється низкою окремих проблем.

Третім і, можливо, найвпливовішим чинником кризи, що утворилась у процесі розвитку інституту політичного лідерства в Україні, є відсутність зацікавленості правлячих еліт в науковому обґрунтуванні своєї діяльності, в дослідженні, глибокому, всебічному вивченні зв'язків і принципів дії механізму політичного лідерства, як неодмінної складової демократичного суспільства. Ця проблематика набуває особливого значення в рамках модернізаційних процесів розвитку українського суспільства.

Таким чином, починаючи з розгляду внутрішніх проблем інституту політичного лідерства, необхідно коротко зупинитися на низці особливостей сучасної політичної еліти. До них належать: конфронтаційність у діях національної еліти, незбалансованість, інертність політичного керівництва, маргінальність елітних угруповань, взаємна непоступливість. Як наслідок, хронічна незбалансованість у діях усіх гілок української влади. Кожна з них сприймається суспільством як сила, що нав'язує свої правила “гри” [2].

Україна сьогодні постала перед серйозною проблемою якісного кадрового забезпечення політичної еліти. Від інституту політичних виборів сьогодні ми не можемо чекати продуктивних перетворень. Тут мають діяти системні фактори інституційного змісту. З них актуальними нині є три: зміна поколінь у політичній верхівці, стабілізація політичного та економічного життя, становлення громадянського суспільства.

Внутрішній розкол політичної еліти України пояснюється насамперед економічним протистоянням окремих регіональних угруповань, яке позиціонується громадськості як розбіжності у поглядах на подальший розвиток країни. Однак якщо звернутися до аналізу програм конкуруючих політичних сил (партій), то можна дійти висновку щодо цілеспрямованої “нав'язливості” окремих нібито суспільних проблем: спекуляція, головним чином, торкається мовного питання та вектора розвитку міжнародних відносин — чи то союз із західними країнами Європи, чи то возз'єднання України з Росією і єднання східнослов'янських держав. Цікавий факт, що серед пріоритетів різних ідейно-політичних напрямків спільними для всіх є забезпечення державою соціального захисту громадян і створення правової держави.

Виразний регіональний розподіл у внутрішньому середовищі політичної еліти веде до дезорієнтації громадськості в цілому і порушує процеси інтеграції в країні. Спекуляція на проблемах, що не є найактуальнішими, але мають найбільший конфліктний потенціал, продукують глибокі лінії розколу в суспільстві у сфері зовнішньополітичних уподобань, у мові, релігії і, що найстрашніше, консервують стан розколу країни.

Можна констатувати, що, вважаючи себе виразником інтересів держави, політична еліта свої групові та корпоративні інтереси співвідносить із державними. Елітні групи розглядають державу як інструмент вирішення наявних протиріч, інститут, який здатен виступити провідним лідером майже в усіх суспільних процесах. Зведення стрижневих функцій політичного лідерства до окремих його елементів зумовлює недооцінку людського потенціалу, ставлення до громадян лише як до “електорату” — елементу (нехай і суттєвого) виборчих процедур.

Таким чином, процеси розвитку політичного лідерства в країні ускладнюються ще й слабкою інтегрованістю громадськості. В аспекті становлення інституту політичного лідерства чітко простежується відірваність політичних партій від громадян. Слабкість внутрішньопартійної комунікативної мережі та відсутність реальної участі первинних осередків у виробленні та утвердженні ідеології створюють умови для зміцнення позицій партійних функціонерів, перетворення боротьби ідеологій на боротьбу бізнес-еліт та — і це головне! — позбавляють членів партій усвідомленої участі у політичних процесах, а пересічних громадян — контролю за владою та механізмами політичних противаг. Спосіб створення партій “згори”, а не “знизу”, практикування так званих “технологічних” (неідеологічних) під конкретні економічні інтереси, — все це девальвує ідею партійного будівництва. Більшість політичних партій починає активно працювати лише з початком чергової виборчої кампанії, дотримуючись хибної тактики: їх інтерес до громадської думки обмежується лише рейтингами, відповідно до показників яких коригуються передвиборчі зусилля або ж створюються і поширюються “правильні” рейтинги.

Можна констатувати стрімке зростання віри політичних партій у силу виборчих технологій, у політичну рекламу в засобах масової інформації, але ж цим неможливо замінити стабільну багаторічну роботу з виборцями. Більшість місцевих партійних структур існують

від виборів до виборів, значною мірою на ентузіазмі та аматорстві їхніх активістів, без належної системної організаційної роботи, в умовах різкого обмеження фінансування і браку внутрішньопартійної комунікації — між верхівкою політичних партій і людьми на місцях, які мали б працювати і доносити до населення ідеологію і стратегію, тактику, взагалі слово про існування партії. Певна “кастовість” і відсутність залучення низових структур до прийняття рішень щодо партійної стратегії і тактики є великою проблемою, яку партії ще не починали вирішувати. Як свідчить практика, внутрішньопартійні дискусії призводять не до вирішення проблем, а до партійних розколів. Але ж політичні партії мають бути професійним інструментом розвитку інституту політичного лідерства, адже саме вони готують професіональних політиків, тим самим роблячи публічну політику професійною.

Слабка здатність партій до суспільної інтеграції також пояснюється неналежним станом ідеологічного розвитку. Сьогодні далеко не кожний ідеологічно свідомий громадянин може визначити партію, яка на практиці відповідає ідеології, прихильником якої він є. Причина — в маловиразності ідеологічного обличчя більшості вітчизняних політичних сил [3]. Попри розмаїття ідеологічних позицій, загалом чітко визначеними є дві: праві та ліві. Для їх ідентифікації вироблені сталі критерії: 1) питання соціальної справедливості (забезпечення соціальних стандартів); 2) частка державної власності в економіці; 3) консерватизм чи гнучкість у підходах до різних суспільних процесів.

В Україні ж ідеологічна ідентифікація здійснюється за критеріями, як уже було зазначено, зовнішньополітичної орієнтації та мовного питання. Відтак виникають партії з цілком не визначеною ідеологією. Все це замість об'єднання, згуртованості, політичної інтеграції населення, навпаки, дратує, плутає та конфронтує виборців, викликаючи зрозуміле почуття апатії, зневіри в інститут політичних виборів, як засіб оптимального розвитку політичного лідерства в цілому.

Відсутність спільної, чи навіть чітко визначеної ідеології, різна міра зацікавленості та економічна конфронтація серед політичних еліт вже призвели до того, що жодна з них не змогла самотійно сформувати більшість у Верховній Раді, отже, неминучим буде формування коаліції, яка не буде стабільною — ідеологічно, політично,

організаційно. Таким може бути і уряд, існуватимуть конфлікти і з Президентом. Ризикнемо припустити, що провал “партійного експерименту”, яким буде розвал коаліції вже в перший рік роботи парламенту, або провальні результати діяльності сформованого депутатською коаліцією уряду може загальмувати розвиток і партійної системи, і парламентаризму як такого. Частина громадян потягнеться до “сильної руки” (такі приклади є), інша — знову вийде на майдани, ще одна — надовго відірветься від політики і буде чекати [3].

Роблячи висновок, необхідно звернути увагу на те, що специфіка політичного лідерства полягає у здатності як об’єднувати великі спільноти, цілі нації, так і спричиняти глибокі конфлікти в них. Основні проблеми розвитку політичного лідерства в Україні полягають у нерозумінні або у небажанні зрозуміти важливого чинника — інтеграційного аспекту розвитку. Внутрішні дезінтеграційні процеси у межах політичної еліти спричиняють нездатність населення до ідентифікації з відповідними політичними силами і, як наслідок, губиться зворотній зв’язок з виборцями. Внутрішні розколи, слабкість, нерозвинутість процесу “просування”, а відтак продукування якісно нових суб’єктів, політичної еліти гальмує розвиток інституту політичного лідерства в цілому.

Але ж можливості для подолання суперечностей завжди існують. Для цього лише варто зосередитися на спільному й не акцентувати уваги на розбіжностях. Складовими цього процесу мають бути усвідомлення віддаленої мети та умов здійснення політики, навколишнього культурно-історичного середовища, цивілізації, а також розуміння власної історико-політичної унікальності.

The article is dedicated to the researching of the Political leadership Institute in Ukraine. The author researches and characterizes the main reasons of weakness of the Political leadership Institute in Ukraine, which lie in struggle being inside political elite, in lack of capability for social integration round Ukrainian parties, in the absence of government’s interest in deep comprehensive scientific research of principals of activity of the Institute of political leadership, as one of the important part of democratic society. Author analyses the problem, which takes on special significance with in the bounds on modernization development processes inside Ukrainian society.

Література

1. *Політологічний* словник: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / За ред. М. Ф. Головатого та О. В. Антонюка. — К.: МАУП, 2005. — 792 с.
2. *Траверсе О.* Політичне лідерство, національна еліта і практика модернізації суспільства, — <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=48&c=1018>
3. *Якименко Ю., Литвиненко О.* Вибори — 2006: портрети учасників на старті, — <http://www.zn.kiev.ua/nn/show/576/52045/>

В. АЛЕКСЕЄНКО

студентка VI курсу,

Запорізький національний університет

СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНЬОФІРМОВОЇ ІДЕОЛОГІЇ

За сучасних умов ринкової економіки і демократизації адміністративно-командна система й ідеологія, що лежить в її основі, вступила в очевидне протиріччя з потребами розвитку продуктивних сил і забезпечення прав людини, тому необхідні радикальні перетворення системи управління. Поряд з цим серед ідей сучасних вітчизняних теоретиків управління не розглядається як внутрішньофірмова ідеологія.

Досліджувати формування внутрішньофірмової ідеології в контексті соціологічного підходу неможливо без розгляду соціальних технологій як раціонального засобу соціальної дії щодо переходу соціальної системи з одного якісного стану в інший для досягнення соціального результату за допомогою засобів, операцій і процедур соціального впливу.

При освоєнні ринкових відносин винятково важливе значення має пакет базових соціальних технологій, у яких теоретико-прикладні, гуманітарні зведення, досвід переходу до ринку виступають як чітко продумана система заходів, реалізація яких сприяє досягненню соціального результату, зниженню напруженості в трудових асоціаціях. До них варто було б віднести технології вироблення стратегії економічного і соціального розвитку трудових асоціацій, формування неформальних колективних відносин, позитивної мотивації праці, індивідуальної роботи з людьми, регулювання морально-психологічного клімату і т. п.

У соціології дослідженням соціальних технологій займалися М. Марков, Н. Ф. Тарасенко, Н. Стефанов, В. І. Патрушев, А. І. Пригожин, В. М. Іванов, а особливо інтенсивно В. І. Подшивалкіна, Ю. П. Сурмін, М. В. Туленков [10, 16, 13, 17, 12, 5, 11, 14]. У сучасній літературі внутрішньофірмову ідеологію розглядали В. О. Таран, В. В. Волобуєв (у рамках соціально-філософського аналізу) [15, 2, 3,

4]. Проте слід зауважити, соціальні технології в контексті формування внутрішньофірмової ідеології вивчені недостатньо.

Соціальні технології винайдені здавна, люди століттями керували своїми суспільними справами, передавали знання, що накопичувалися, інформацію від покоління до покоління. При цьому завжди користувалися технологіями досить простими, та й самі соціальні зв'язки не потребували технологізації: могли бути освоєні інтуїтивно, емпірично. Соціальний прогрес був можливий на основі минулих правил, розпоряджень, традицій, культурних зразків, тобто традиційних процедур і операцій, що цілеспрямовано, свідомо не розроблялися і вважалися рутинними.

Нині соціальні технології служать не стільки засобами збереження традицій, скільки інструментами постійного відновлення суспільства. Це зумовлено індустріалізацією виробництва, науково-технічною революцією, вступом суспільства в інший інформаційний стан, де традиціоналістські соціальні технології виявилися зовсім непридатними до самовідтворення.

В ході науково-технічної й інформаційної революцій значні зміни пов'язані з розробкою і впровадженням нових технологій: біотехнічних, безвідходних, енергозберігаючих і т. д. Новий крок у розвитку науково-технічного прогресу на основі впровадження “безлюдних” технологій потребує принципово іншого підходу до вирішення ряду соціальних питань, таких як підготовка кадрів, розвиток професійного утворення, облік змін у змісті й умовах праці тощо.

Отже, соціальна технологія — це визначений спосіб досягнення суспільних цілей, сутність якого полягає в поопераційному здійсненні діяльності. Операції розробляються попередньо, свідомо і планомірно на основі наукових знань, при цьому враховується специфіка галузі, в якій здійснюється діяльність. Соціальна технологія виступає в двох формах: як проект, що містить процедури й операції, і як сама діяльність, побудована відповідно до цього проекту.

Загалом під ідеологією треба розуміти відносно систематизовану сукупність поглядів, істотною ознакою яких є функціональний зв'язок з інтересами і прагненнями суспільної групи. До ідеології входять ідеї, що виникли на основі історичного досвіду й умов життя певної соціальної спільності, яка по-своєму відображає й оцінює дійсність. До ідеології нерідко включають і директиви до дій, засновані на цих ідеях.

При розкритті сутності внутрішньофірмової ідеології ми не можемо обійти такі поняття як “ідеологія” та “фірма”. Виходячи з визначення фірми як формальної організації, ми підтримуємо тлумачення Беґа В. П. та Ґашенко А. В., які стверджують, що “формальна організація — це соціальна система, усередині якої відносини між членами організовані процедурами, що вводяться формально” [2, 137]. У роботі “Фірма в дискурсі організмової ідеї” автори поширюють поняття “фірма” на будь-яку формальну організацію, при цьому вона не обов’язково повинна займатися господарською діяльністю, але обов’язково має задовольняти визначені соціальні потреби. Крім цього, автори наголошують, що фірми функціонують як самостійні і самодостатні, тобто як одиниці ринкових відносин, що здатні до подальшого саморозвитку, визначають їх як “суспільство у мініатюрі” [1].

Вивчаючи різні форми соціальних організацій, у тому числі і виробничих, важливо виходити не тільки з характеристики способу виробництва, форм власності, а й враховувати рівень соціальної і духовної зрілості того суспільства, що впливає на ефективність трудової діяльності.

Кожен виробничий колектив, як живий організм, характеризується своєю неповторністю, своєрідністю специфічних прикмет, що притаманні тільки даному осередку суспільства: визначений тип соціальної організації, внутрішні закони, особливі традиції життя, своєрідний стиль управління і соціально-психологічний настрій, що впливає на поведінку людей.

Внутрішньофірмова ідеологія — це така політико-економічна стратегія і тактика, що містить ідеї (вони є одночасно і нормами — система нормативних правил), регламентує виробничі і соціально-психологічні відносини усередині фірми, їх виконання є обов’язковим для всіх.

Зароджується внутрішньофірмова ідеологія, на думку В. В. Волобуєва, у той момент, коли виникає формальна організація, утворюються суб’єкти майбутніх відносин і діяльності. При цьому кожний з них уже має уявлення про себе і про групу в цілому, мислить іншого суб’єкта як ідеальний образ, відбитий через свої інтереси. На цьому етапі починається ідеалізація внутрішньофірмової ідеології.

Налагодження відносин має під собою практичну основу, припускає спільну діяльність, що закріплюється в цільовій конструкції за допомогою різних процедур координації і мобілізації.

У соціології економіки загалом, і в теорії управління зокрема, емпірично були виділені неформальні відносини у формальних організаціях і зазначені наслідки впливу на їх функціонування. Це спричинило ряд теоретичних спроб вирішення конфліктів, породжуваних об'єктивним співіснуванням формальних і неформальних відносин у колективах.

У формальній організації поряд з неформальними відносинами існує неформальна діяльність, що є об'єктивною умовою її існування. В основі проблеми співіснування формальних і неформальних відносин у соціальній організації формального типу лежить принцип сприйняття суб'єктів в обсязі всього комплексу відносин між ними. Цей принцип полягає в тому, що кожен суб'єкт сприймає іншого як "ідеального для себе образу. Результат розвитку духовного аспекту виробничої фірми потребує створення механізму її забезпечення, духовної організації, гомеостазу. Створення внутрішньофірмової ідеології, таким чином, стає об'єктивно необхідним, а сама внутрішньофірмова ідеологія являє собою засоби духовної організації у виробничій фірмі. Відбувається це з об'єктивної необхідності забезпечення рефлексії формальної організації, що ускладнюється проявом неформальних відносин і діяльності, неминучих при становленні формальних організацій взагалі".

Не можна також забувати, що учасниками формальних відносин є групи людей. Отже, можна зробити висновок, що необхідною умовою формування внутрішньофірмової ідеології є формальна організація і група людей, об'єднана в ній.

Учасниками формальних відносин є групи людей, а членами груп людей — особистості. Тоді при формуванні внутрішньофірмової ідеології слід брати до уваги психологічний фактор. Тут психологічним "органом" оволодіння такою ідеологією може стати ціннісна свідомість, що бере активну участь у формуванні внутрішньої програми життєдіяльності особистості, виступаючи важливим елементом соціальної активності. Близьким за значенням і важливим для нашого дослідження є поняття "ціннісні орієнтації" — це зв'язані системою ціннісні уявлення, вчинки і дії людини, що виявляються в практичній поведінці, визначають якісну своєрідність життєдіяльності особистості, її способу життя.

Якщо особистість є членом групи людей у формальній організації, то можна зробити висновок, що предметом формування внутрішньофірмової ідеології буде групова ціннісна свідомість. А її результа-

том виступає внутрішньофірмова система цінностей учасників відносин і діяльності формальної організації.

Внутрішньофірмова ідеологія повинна служити, по-перше, забезпеченню організованості виробничого організму через актуалізацію його функцій, а, по-друге, нейтралізації дисфункцій, забезпечуючи збереження даного організму.

Зміст управлінської ідеології знаходить своє відображення в тих чи інших матеріально-речовинних (знаки, символи, речі, предмети), поведінкових (стереотипи, манери, процедури поведінки і ритуальні дії) і психологічних (рівень психічних явищ і якостей людини — категорії й образи свідомості, що формують індивідуальні цінності людини) формах, систему яких позначимо терміном організаційна ідеологія. Справді, навіть просте формулювання тих чи інших ідей управління відбувається у вигляді слів, що можуть бути трансльовані різними засобами: гасло, наказ, інформація до міркування тощо. За допомогою названих засобів задаються прикладні підтипи ідеології — клієнтська, продажів, регіонального розвитку, іміджеві, конкурентної боротьби та ін.

З функцій ідеологічного впливу можна виокремити загальні та приватні. Перші надають їй універсального характеру:

- мобілізаційна — за допомогою спільності ідей відбувається згуртування членів колективу і спонукання їх до тих чи інших дій (чи бездіяльності);
- аксіологічна — формулювання і поширення в організації цінностей, що мають характер соціальних норм;
- прогностична — вироблення прогнозу у формі ідеалу, що позначає не те, що буде, а що повинно бути;
- нормативна — постулювання в організації норм поведінки, сприйняття, мислення, відносин та ін.;
- самоідентифікуюча — вироблення і надання членам колективу критерію і формування умов для усвідомлення кожним свого місця і ролі в компанії, а також відмінностей від інших людей і структур (відповіді на питання: “хто ми?”, “куди йдемо” і “чому ми — не вони?”).

До приватних функцій відносять опис, пояснення, самопояснення, виправдання, переконання, навчання, компенсацію, спонукання, інформування. Це свого роду засоби для реалізації загальних функцій ідеологічного впливу.

Звідси і контроль над організацією може бути забезпечений не шляхом відкритого функціонування ієрархічної структури влади, а за допомогою складних процесів, що ведуть до компромісів на основі обміну інформацією, взаємодії процесів і структури.

Індивідууми і групи всередині організації мають свої специфічні інтереси. Завдання виживання організації потребує узгодження цих інтересів: “Ідеологія може допомагати соціальній системі досягати більшої інтеграції чи більшої адаптації чи адаптивної здатності. У цьому змісті це може бути функціонально. При цьому ідеологія, ймовірно, буде відносно простим визначенням складної ситуації — занадто проста, можливо, за науковими стандартами, але, з тієї ж причини, здатної “пояснити” труднощі для великої кількості людей і здатної активізувати їх відповідно до загального визначення ситуації і загального плану” [18]. Виживання організації, тобто реалізація нею своєї мети, вигідне всім її членам. При цьому організація випробує вплив навколишнього її соціального середовища, тому зовнішні зв’язки організації повинні також функціонувати в напрямку забезпечення її життєстійкості.

Таким чином, специфіка формування внутрішньофірмової ідеології полягає в такому:

1. У рамках формальної організації внутрішньофірмова ідеологія має посідати місце в теорії управління.

2. Основною задачею внутрішньофірмової ідеології є управління духовним розвитком колективу, виховання, проектування структур соціального організму.

3. У формальній організації внутрішньофірмова ідеологія має регулятивну, інформаційну функції і функцію сумісності.

4. При формуванні такої ідеології необхідно враховувати психологічний фактор, а саме такий його “орган”, як групові ціннісні орієнтації.

5. Також формування неможливе без обліку того, що ідеї-норми містять не тільки сучасні, а й старовинні та фундаментальні нормативно-ціннісні підстави, що склалися протягом всієї історії людства.

6. Специфіка індивідуальних духовних потреб полягає в тому, що вони становлять “основний зміст саморозгортання елементів психологічної, соціологічної і політологічної підструктур людської особистості. Задоволення духовних потреб являє собою саме вироблення нового чи модифікацію вже існуючого змісту вищезгаданих елементів” [2, 181].

7. У поясненні природи і генезису характерів індивідуальних і групових духовних потреб людини встановлено момент дозрівання і цілісного функціонування горизонтальних і вертикальних підструктур людської особистості.

8. Необхідними факторами формування внутрішньофірмової ідеології є наявність:

- формальної організації;
- виробничого колективу;
- ідеологічного суб'єкта — ідеолога фірми.
- мети виробничої діяльності.

Як правило, формування та культивування внутрішньофірмової ідеології потребує відповідної культурної основи. Досить яскраво це простежується на прикладі країн південно-східного регіону, “де специфічне ставлення до праці, моральні засади чіткої ієрархічної структури виробничих відносин історично формувалося, не в останню чергу, на основі принципів конфуціанства як домінуючої протягом тривалого часу офіційної ідеології — принципів, які суттєво вплинули на культуротворчі процеси східних суспільств. Принаймні в суспільних відносинах ці принципи відстоювали досить жорстку систему чиношанування і покірності, які з часом стали важливими рисами національного характеру багатьох східних народів” [17, 226–227].

Людина в японській системі управління є основною складовою організації. Підтримка належного стану відносин в організації, належного морального і психологічного клімату — головне завдання японського типу управління, що базується на могутньо розвинутих непрямих методах управління, на ретельно розробленій філософії управління, і на створенні у фірмі морально-психологічних умов, що окреслюють таке психологічне поле, завдяки якому працівник, ніби з власної волі, добровільно, без зовнішнього примусу і завдяки розвиненій самодисципліні робить те, що відповідає інтересам фірми.

Основа японського менеджменту — це управління людьми, людськими ресурсами. На противагу широко поширеному терміну “управління кадрами”, японські керівники і фахівці з управління віддають перевагу терміну “управління людьми”. Цим підкреслена необхідність впливу на персонал фірми всієї гами, включаючи засновані на глибокому розумінні людської психології сучасні ефективні соціально-психологічні методи.

Механізм ідеологізації працівників є серцевиною японського типу управління. З одного боку, він служить тією силою, що підтри-

мує і відтворює даний тип управління, а з іншого — додає японському управлінню життєву силу, що забезпечує ефективність такого управління. Тому вивчення механізму ідеологізації працівників відкриває шлях до розуміння прихованих “пружин”, що забезпечують функціонування управління в Японії. Головна мета ідеологічного впливу на працівників — вироблення в них відношення до організації як до єдиної родини. Цей напрямок є одним з ведучих (ритуальні процедури, ознаки фірмової відмінності та ін.).

Як програма дій ідеологія фірми відбивається в кредо фірми, де викладається місія, стратегічний напрямок і мета організації, а також структури комплексу поведінки як засобу досягнення внутрішньої співвідносності всіх елементів системи. Засвоєння працівниками фірми внутрішньої політики, гасел, кодексу поведінки забезпечується комплексом засобів і методів. У такий спосіб створюється і підтримується атмосфера фірми, її внутрішній духовний гомеостаз як соціально-економічної системи.

Можна стверджувати, що на сьогодні саме в японській теорії (і практиці) управління найповніше розроблений, сформульований і функціонує механізм соціальної саморегуляції виробничої системи як внутрішньофірмова ідеологія, за допомогою залучення всього комплексу елементів цього духовного утворення (як система ідей, як програми дії, як діяльність).

Таким чином, відзначаючи, що японська теорія управління досягла найвищого результату щодо забезпечення гомеостазу фірми на основі виділення людського фактора як основного елементу в системі виробництва і за допомогою ідеологічної діяльності, як засобу досягнення, необхідно визнати, що механізм забезпечення гомеостазу, застосовуваний сьогодні в японських фірмах, не може вважатися універсальним. Тому що він є не тільки результатом управління, а й умовою існування японського суспільства, що вимагало, протягом епохи, общинного ведення господарства, і філософії конфуціанства, що високо ставила лояльність і відданість формальній організації.

Для цілеспрямованого управління духовним життям суб'єкта необхідно розробити і мати соціальну технологію оптимізації духовного феномена особистості, що дозволяла б у найкоротший термін цілеспрямовано гармонізувати не тільки внутрішній світ працівника, а й приводити до єдиного знаменника життєдіяльність особистості та колективу.

В окремих колективах поганий соціально-психологічний клімат утворює деяку “змову”, коли люди і події критично не аналізуються, гальмується вільний потік суджень і коментарів, підтримуються ввічливі стосунки, але люди приховують свої погляди, вважаючи за краще бути зручними, а не природними. Керівник не вміє вирішувати конфлікти, досягати згоди, люди скаржаться, що серед них відбувається постійна гризня. Не розвинута відданість співробітників колективу і керівнику. Емоційні зв'язки між співробітниками не зміцнюються. У колективі немає теплоти, пов'язаної з турботою про благо кожного. Тому соціальна технологія формування внутрішньо-фірмової ідеології могла б базуватися на таких засадах:

- виробленні спільної мети;
- досягненні особистого взаєморозуміння;
- відшуванні шляхів до регулярного спільного вирішення проблем;
- створенні атмосфери довіри між працівниками і колективами.

Системне, комплексне використання соціальних резервів на підприємствах дуже ефективне. Воно технологізується, його конкретні контури і механізми виявляються в майстерності, таланті і здібностях кожного працівника, у розвитку “корпоративної особистості”, орієнтації невиробничої діяльності компаній на зміцнення прихильності її працівників до фірми, на їх емоційну і духовну інтеграцію з нею.

Щоб грамотно розробити соціальні технології, визначимо головні завдання при формуванні внутрішньофірмової ідеології. Звичайно, вони можуть бути різні для кожної організації, але, на наш погляд, спільними для всіх є вироблення в співробітників таких якостей:

1. почуття причетності до організації;
2. почуття причетності до загальної справи;
3. відповідальність за справи організації;
4. обов'язки перед організацією;
5. прихильність організації;
6. співвіднесення особистих цілей з цілями організації.

При роботі з уже сформованим колективом потрібно приділяти особливу увагу процесу входження в нього нового співробітника. В досліджуваних нами колективах цьому питанню загалом приділяється мало уваги.

Якщо входження людини в новий колектив було правильно організовано, то в нового співробітника виникає почуття відповідаль-

ності за справи організації і формуються стійкі внутрішні зобов'язання стосовно неї. Але щоб досягти цього потрібні великі вкладення засобів і часу на початковому етапі, тоді у нового співробітника з'являється внутрішнє почуття боргу перед організацією, що в свою чергу підштовхує його до сумлінної і напруженої праці. Вихованню в нового співробітника стійкого почуття відповідальності перед фірмою сприяє також прийняття ним таких рішень і здійснення таких дій, які можна пояснити і виправдати тільки беручи до уваги систему цінностей саме цієї фірми. Тобто новачок нібито сам собою бере додаткові зобов'язання перед колективом.

Досить істотне почуття відповідальності перед фірмою розвивається в нових членів, якщо вони залучаються до обговорення проблем, прийняття спільних рішень, участі у заходах, здійснюваних керівництвом.

Однією з найпоширеніших соціальних технологій у Японії є зближення інтересів особистості, колективу і керівництва фірми в досягненні високої ефективності виробництва. Головна мета — підсилити ідентифікацію працівників з фірмою шляхом їх участі у прийнятті рішень. Такий вид колективної діяльності є важливим засобом у вихованні відданості та підвищенні відповідальності.

Прихильність до організації важить істотно більше, ніж задоволення роботою. У сучасних умовах, з розширенням стратегічного підходу до управління людьми, людина сприймається не тільки як працівник, що виконує конкретну роботу, а як член колективу, який прагне разом з іншими привести фірму до досягнення поставленої мети. Для цього особистість має досягти того, щоб мета і цінності колективу перетворилися на її власні, залишатися в колективі навіть тоді, коли це може бути для неї не вигідно, зрештою, принести в жертву колективним інтересам свої особисті.

При цьому не слід забувати про так звані психологічні технології — вид соціальних технологій, що враховує особливості і специфіку психологічних процесів, якостей, явищ, відносин, можливостей їх технологізації. Предметом технологізації є: психологічні якості і характеристики особистості — установки, характер, реакції, воля, відносини. Оволодіння психологічними технологіями дозволяє послідовно і цілеспрямовано формувати і використовувати навички ділової і міжособистісної комунікації, вибирати оптимальні прийоми подолання стресів, приймати зважені рішення з дозволу професій-

них, внутрішньо особистісних і міжособистісних конфліктів в умовах ринкових відносин.

Тільки “гуманізація” норм, засобів, прийомів орієнтує працівника на свідоме, творче виконання завдання, формуючи тим самим прагнення до кінцевого результату — зробити якісніше, більше, швидше.

Однак не всі процеси піддаються жорсткій регламентації, алгоритмізації — під час управління в діях керівника і кожного причетного до управління завжди присутній елемент імпровізації, творчості і навіть інтуїції. Іноді роботу організатора-керівника порівнюють не тільки з наукою, а й мистецтвом. Але це не скасовує того, що в пошуку раціональної організації управління має бути чітка програма здійснення ряду послідовних операцій з метою досягнення заздалегідь поставленої мети. Саме соціальна технологія дає змогу тиражувати прийоми і методи, багаторазово повторювати їх, а також застосовувати за аналогічних обставин в інших соціальних інститутах і процесах.

“Інструменталізація” норм, орієнтуючи на підпорядкування лише вольовому тиску, може “затушувати” головну мету. Тому дуже важливим є сполучення управлінських, соціально-технологічних рішень з поглибленням демократії, розширенням самоврядування, внаслідок чого і можлива самореалізація творчого потенціалу особистості. Соціально-технологічний підхід в управлінні жодною мірою не усуває ініціативи управлінської діяльності і творчості людей. Його завдання — зробити управлінську діяльність усвідомленою, науково обґрунтованою. Отже, можна констатувати, що соціальні технології — це своєрідний механізм поєднання знань з умовами їх реалізації в управлінні.

Виходячи з цього, ми пропонуємо такі рекомендації щодо використання соціальних технологій у формуванні внутрішньофірмової ідеології:

1. Вироблення почуття причетності до фірми за допомогою таких засобів, як довготривалий процес входження нового співробітника в колектив; роз’яснення мети фірми; в управлінні на перше місце ставити людину; враховувати цільові установки, ціннісні орієнтації, морально-психологічний стан співробітників; використовувати фірмову символіку.
2. Вироблення почуття причетності та відповідальності за загальну справу через прийняття спільних рішень; максимальної реалізації пропозицій співробітників; їх участі в управлінні;

керівник має бути прикладом; постійно декларувати політику фірми через заклики до дії.

3. Вироблення почуття прихильності до фірми у кожної конкретної людини, наприклад, шляхом проведення щотижня або й щодня зборів для спільного вирішення поточних проблем, мітингів, випуску щомісячного журналу, відзначення спільних свят, застосування публічних заохочень, виявлення уваги, довіри до кожного співробітника (скажімо, привітання з Новим роком). Найуспішніші сучасні системи управління великою мірою базуються на тому, що розвивають у працівників глибоку прихильність до організації і завдяки цьому домагаються дуже великих успіхів.
4. Нарешті, максимально співвіднести цілі співробітника з цілями колективу, цілі колективу з цілями фірми.

The author has grounded the mechanism and directions of the optimization of the inner-company ideology formation, researched the up-to-date ways of usage of social techniques of the inner-company ideology formation and has given certain recommendations as to application of these techniques in practice. These techniques mean to make an employee full as participator in company life and common business, full responsible for his work and loyal to this company, and to correlate personal goals of an employee with those of a group and goals of a group with those of a company.

The implementation of the elaborated recommendations gives the opportunity to form the inner-company ideology taking into account the needs of leaders as well of the staff, and in such way to let them cooperate effectively to solve social conflicts in time to release the social tension, to block risk situations and to make up optimum management decisions and implement them properly.

Література

1. Бех В. П., Гашенко А. В. Фірма в дискурсі організмової ідеї: Монографія. — Суми: Університетська книга, 2006. — 376 с.
2. Волобуев В. В. Внутрифирменная идеология: социально-философский анализ идеологии формальной организации. — Запорожье: Изд-во Павел, 2001. — 239 с.

3. *Волобуев В. В.* Генезис феномена внутрифирменной идеологии // Нова парадигма. — Вип. 4. — Запоріжжя: Тандем-У, 1997. — С. 29–33.
4. *Волобуев В. В.* Феномен внутрифирменной идеологии как проблема в теории управления // Нова парадигма. — Вип. 1. — Запоріжжя. — 1996. — С. 35–39.
5. *Иванов В. Н.* Социальные технологии в современном мире. — М.: Славянский диалог, 1996. — 335 с.
6. *Казмиренко В. К.* Социальная психология организаций. — К.: МЗУ-УП, 1993. — 384 с.
7. *Катасанова Е. Л.* Японские корпорации: культура, благотворительность, бизнес. — М.: Наука, 1992. — 168 с.
8. *Коно Т.* Стратегия и структура японских предприятий / Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1987. — 384 с.
9. *Кузьмин И. А.* Психотехнологии и эффективный менеджмент. — М.: Технологическая школа бизнеса, 1994. — 192 с.
10. *Марков М.* Технология и эффективность социального управления. — М.: Прогресс, 1982. — 267 с.
11. *Подшивалкина В. И.* Социальные технологии: проблемы методологии и практики. — Кишинев: Центральная типография, 1997. — 352 с.
12. *Пригожин А. И.* Нововведения: стимулы и препятствия. — М.: Политиздат, 1989. — 270 с.
13. *Стефанов Н.* Общественные науки и социальная технология. М.: Прогресс, 1976. — 250 с.
14. *Сурмин Ю. П., Туленков Н. В.* Социальные технологии. — К.: МАУП, 2000. — 607 с.
15. *Таран В. О.* Идеология переходного общества: социально-философский анализ идеологического процесса в постсоветской Украине. — Запорожье: ЗЮИ МВД Украины, 2000. — 316 с.
16. *Тарасенко Н. Ф.* Природа, технология, культура. — К.: Наук. думка, 1985. — 255 с.
17. *Иванов В. Н., Патрушев В. И.* (10 травня 2004). Инновационные социальные технологии государственного и муниципального управления [rar archive]. URL <http://www.soc.lib.ru> (15 січня 2006).
18. *Савеленюк Е.* Идеология управления в организации. [http://soc.lib.ru/Савеленюк Е. Идеология управления в организации. htm](http://soc.lib.ru/Савеленюк_Е._Идеология_управления_в_организации_.htm) (15 січня 2006).

Н. ПРОТАСОВА

студентка II курсу,
МАУП

ФЕМІНІЗМ ЯК СУСПІЛЬНИЙ РУХ ТА СОЦІОЛОГІЧНА ТЕОРІЯ

“Особистість приходить з Вічності
в час щаблями статі. Ними вона й
повертається у вічність.”

Н. Хамітов

Фемінізм нині у моді. Багато людей, при чому як чоловіків, так і жінок, цікавиться ним. Але для одних фемінізм є лише приводом похизуватися, інші ж справді захищають феміністичні ідеї у сучасному суспільстві та виборюють рівні права для жінок і чоловіків.

Головним досягненням жіночого руху останніх п'яти років у країнах Центральної та Східної Європи і СНД можна вважати те, що питання жіночих прав, гендерної рівності стоять на порядку денному майже в усіх країнах. Прийняті національні плани дій у сфері просування жінок та досягнення гендерної рівності (Україна, Таджикистан, Киргизстан, Вірменія, Литва та інші), в деяких країнах розроблені та прийняті спеціальні “гендерні” закони (Киргизія, Литва, Македонія). Посилився рівень інституалізації цих питань — шляхом створення спеціальних відділів (Україна), департаментів (Беларусь) та введення посад радників з гендерних питань (Україна).

Та попри всі ці досягнення, попри те, що фемінізм впевнено входить до нашого життя, далеко не всі люди розуміють навіть прості поняття цієї течії, а тому іноді сприймають її негативно. Тому, на мою думку, треба починати з малого.

Перш за все, кожна жінка має чітко знати, що таке фемінізм, вивчити його історію та причини виникнення. Українські жінки не повинні, нарешті, боятися цього слова та міркувати, що всі феміністки — “агресивні чоловіконенависниці”.

То ж мета цієї статті, перш за все, розвіяти міф, дати чітке визначення фемінізму як суспільного руху, розкрити зміст його основних напрямів та висвітлити деякі проблеми.

Суспільний інтерес до відносин між чоловіком та жінкою так само старий, як і людська історія. Ще Платон у трактаті “Держава” звертав увагу на проблему однаковості освіти для чоловіків та жінок як передумови набуття ними справді рівних шансів брати участь у громадських справах. Проте інший видатний давній грек, Софокл, наголошував, що досить лише зрівняти жінку в правах з чоловіком, як вона починає чоловіка переважати за своїми суто людськими властивостями [3, 73].

То які вони — сьогоденні чоловік і жінка? Що таке фемінізм? І чи має жінка рівні права з чоловіком у нинішньому суспільстві?

З впевненістю можна вважати, що проблему ролі гендера в історії вперше порушила Сімона де Бовуар, дружина французького філософа Ж.-П. Сартра. Вона, зокрема, наголошувала, що “... неповноцінність жінки визначила її мізерну роль в історії, а мізерна роль в історії приречла її на неповноцінність” [7, 252].

І. Кант, А. Шопенгауер, Ф. Енгельс, К. Маркс, З. Фрейд та інші філософи, психологи, соціологи звертали пильну увагу на відносини між статями, розкриваючи різні їх аспекти. Так, Ф. Ніцше у “Книзі для вільних умів” про жінку й дитину зазначає, що досконала жінка є вищим типом людини, ніж досконалий чоловік, але зустрічається такий жіночий тип надзвичайно рідко [4, 26].

Напередодні Великої французької революції Ж.-Ж. Руссо, звертаючись до проблеми відносин між статями, наголошував, що той, хто не є добрим сином, чоловіком, батьком, не є і добрим громадянином. Відтак після 1789 року, коли було проголошено принцип прав людини, особливо гостро постало питання про права жіноцтва. Зовнішнім проявом ідеї рівноправ'я стало використання замість слів “монсієр” та “мадам” звернень “громадянин” і “громадянка” [3, 74–75].

Довідка з історії: фемінізм(від лат. *femina*) — це жіночий рух за рівність чоловіків та жінок у правах, який з'явився у XVIII столітті спочатку у Північній Америці у період Війни за незалежність 1775–1783 рр. та у Франції під час Великої Французької революції [9]. Найпоширенішою формою фемінізму є ліберальний фемінізм. Більшість жінок була прив'язана до так званого “традиційного” трикутника — кухні, церкви, дитини. Якщо навіть у законі було встановле-

но, що жінки мають рівні права з чоловіками, то у реальному світі вони мали набагато менше прав, ніж чоловіки. Мізерна їх доля у державних інституціях, парламенті. Це і штовхнуло жінок заявити у голос усьому світові про свої проблеми і потреби. На ґрунті ліберальної ідеології, що декларує волю людини головним чинником прогресу, феміністки боролися за рівні права з чоловіками при влаштуванні на роботу та виборі свого життєвого шляху. Вони прагнули довести, що окрім сім'ї та дітей, жінки також мріють про професійне зростання та кар'єру і реально можуть досягти цього.

Радикальна форма фемінізму, що виникла у студентському середовищі, ґрунтувалася на протистоянні чоловічому шовінізму, сексизму, торгівлі жінками, створенню “невідповідного, образливого” жіночого образу у суспільстві. У цій формі феміністичного руху підкреслювалася думка, що чоловіки і жінки — різні люди, і у світі править той, хто має більшу владу. Мають владу чоловіки, вони і правлять жінками. У цьому напрямі розглядався більш градуїований підхід: старші чоловіки принижують молодших жінок, чорні чоловіки — жінок білого кольору шкіри. Мета цього напрямку феміністичного руху — створити справедливе жіноче суспільство, де б не було чоловічої зверхності, чоловічої влади над жінками [2, 49].

У фемінізмі, як рухові, існує кілька течій.

Перша течія — **Нові амазонки**

Саме вони представляють жіночу частину середнього класу у всій її красі. Серед них є жінки різного віку і різної долі. Але усіх їх об'єднує впевненість у тому, що вони досить сильні, щоб багато чого домогтися в житті і здолати всі труднощі. Для них важливо здобути фінансовий статок і, як наслідок, досягти незалежності від чоловіків. “Мені байдуже, подадуть мені пальто чи ні, двері теж завжди відчиняю сама, а відчинять — от і добре, на такі дрібниці не звертаю уваги. Платити за себе люблю сама — хочу почуватися нікому й нічим не зобов'язаною”, — ось типове ставлення “нової амазонки” до проявів галантності й традиційного залицяння. Водночас, на відміну від своїх античних попередниць, “нові амазонки” здебільшого не цураються чоловіків і прагнуть реалізувати себе також у сімейному житті. Багато хто з них покладає на себе функцію основного годувальника. Особливо болісно вони сприймають несправедливість у розподілі домашньої праці: “Обурює той факт, що, відпрацювавши однакову

кількість годин на роботі, жінка потім ще й несе вахту на кухні, в той час як її чоловік вважає це заняття негідним для себе.”

Друга течія — **Шукачки жіночого світу, або “культурні феміністки”**

Ця категорія схильна сприймати світ із естетичної, культурної позиції і прагне виробити власний стиль життя, створити особливий, жіночий світ. За словами однієї з феміністок цього напрямку, “світ, у якому ми зараз живемо, — чоловічий. У ньому немає нічого з того, чого ми, жінки, по-справжньому потребуємо... А в природі ж не існує “просто” людини. Є жінка і є чоловік. Чоловік любить очима, і весь світ робить глянцеvim, сексуально привабливим, блискучим. А я, коли хочу купити троянду, обираю її за запахом...” Як ми бачимо, шукачки жіночого світу погоджуються з установками традиційної культури, котрі поділяють світ на чоловічу та жіночу складові. Проте якщо патріархальний підхід визначає чоловічий початок як творчу силу, а жіночому відводить другорядну, “приймаючу” роль, то “культурні феміністки” ставлять на перше місце саме жіночу іпостась.

Третя течія — **Радикальні феміністки**

Радикальний фемінізм — це найяскравіша й найскандальніша феміністська течія, котра була представлена теоретичними роботами західних авторів. Головна ідея полягає в тому, що дискримінація жінок органічно випливає із соціального устрою, в якому домінують чоловіки. Будь-яку особисту поразку чи приниження жінки вони розглядають як політичний акт, що доводить порочність і шкідливість патріархальної системи влади. “Ми не кажемо “подружня сварка”, ми кажемо про образу жінки”, — заявляє одна з ідеологів радикального фемінізму. Звідси випливає головне завдання радикальних феміністок — докорінна зміна суспільних відносин на користь жінок. Ну а найрадикальніші з радикальних йдуть до кінця і закликають до знищення чоловіків як класу. Можливо, радикальних феміністок було почуто саме завдяки їхній епатажності. Це вони заявили про проблему насильства над жінками, зокрема насильства в сім’ї, і після їхніх виступів у суспільстві всерйоз заговорили про неприпустимість сексуальних домагань на робочих місцях і в навчальних закладах. Однак їхня непримиренна позиція стосовно чоловіків не лише налякала останніх, а й призвела до дискредитації фемінізму як такого в очах більш поміркованих представників обох статей.

Четверта течія — **Ліберальні феміністки**

Так само як центром ліберальної ідеології взагалі є принцип свободи та захисту прав людини, центром ідеології ліберального фемінізму є забезпечення рівних прав і свобод для жінок і чоловіків. І в цьому немає ніякої спроби зробити чоловіків і жінок однаковими чи порушити закони природи. Йдеться про відмову від так званого біологічного детермінізму, коли всім жінкам приписують особливі особистісні якості, що різнять їх від чоловіків. Приміром, коли кажуть, що будь-яка жінка порівняно з будь-яким чоловіком більш емоційна й пасивна і водночас менш агресивна й розумна тощо. Для ліберальних феміністок визначальними є індивідуальні характеристики особистості, а не приналежність до статі, бо, коли розглядати людину в соціальному контексті (а отже, винести за дужки суто біологічні та сексуальні аспекти), то виявляється, що відмінності між людьми однієї статі виявляються значно сильніше, ніж між статями. Ліберальні феміністки стверджують: “Ми, жінки, рівні з чоловіками у своєму волевиявленні й бажанні будувати своє життя так, як ми того хочемо”. Вони наголошують на тому, що статеві відмінності обмежуються органами відтворення та вторинними статевими ознаками і не стосуються розумових здібностей і схильностей до тих чи інших занять. Ліберальні феміністки також підтримують право вибору самої жінки, народжувати їй дитину чи робити аборт. Щодо системи зайнятості, представниці ліберального фемінізму вважають, що жінка може займатися будь-яким видом діяльності, для якої в неї вистачає кваліфікації. Саме ліберальний фемінізм є головною течією фемінізму й основою жіночого руху. В певному сенсі можна сказати, що це і є “правильний фемінізм”. Основою ліберальної течії фемінізму є переконання, що жінка, насамперед, особистість, а отже, повинна мати ті ж права й обов’язки, що і чоловік. Суть ліберального фемінізму полягає не в боротьбі з чоловіками, а у захисті прав усіх людей, у тому числі й чоловіків, а також у боротьбі проти суспільних стереотипів.

П’ята течія — **Феміністи-чоловіки**

Такі чоловіки, як це не дивно, теж є, хоча б тому, що у багатьох феміністок є чоловіки, котрі підтримують своїх дружин, поділяють їхні погляди, а то й беруть участь у їхній діяльності. Цікаво, що феміністські ідеї, спочатку сприйняті в багнети, нерідко знаходять відгук серед чоловіків, які замислюються над долею своїх доньок.

Зрештою, ліберальний, а отже, “справжній” фемінізм, дає велике полегшення саме чоловікам. Хоча чомусь у нашому суспільстві будь-які розмови про чоловічий фемінізм негайно виходять на сакраментальне запитання: “а хто платитиме в ресторані?” До речі, відповідь на нього дуже проста: хто запросив, той і платить. І якщо чоловік запрошує жінку на побачення, то ніякий фемінізм не завадить за неї заплатити. Хоча, якщо вона цього з якоїсь причини не хоче, то це її особисте людське право [8].

Виникнення та усталення традицій жіночого руху в Україні відбувалося під впливом феміністичної теорії Заходу. Особливістю українського жіночого руху є тісний зв’язок з національно-визвольною боротьбою. У Наддніпрянській Україні основні зусилля емансипаційного руху зосереджувалися на боротьбі за право жінки на освіту, зокрема, вищу (“Общество помощи высшему женскому образованию” у Харкові). Згодом були засновані Київська жіноча громада, Товариство захисту працюючих жінок у Києві та Харкові. Жінки брали активну участь у культурно-освітньому русі (Олена Пчілка, Х. Алчевська та ін.), а також у суспільно-політичному житті, зокрема у народницькому та соціал-демократичному рухах. Під час Першої світової війни (1914–18) та українських визвольних змагань (1917–1921) жінки брали активну участь у санітарно-медичній праці. Окремі українські жінки перебували на військовій службі — в Легіоні Українських січових стрільців (О. Степанів, С. Гапечко, Г. Дмитерко та ін.), в Армії УНР, у повстанських загонах (Маруся Соколовська та ін.). Активізувалась політична діяльність жінок. До Української Центральної Ради їх увійшло 11 (Л. Старицька-Черняхівська, З. Мірна, В. О’Коннор-Вілінська, С. Русова та ін.). Традицію ліберального фемінізму у міжвоєнний період розвинули жіночі організації в Західній Україні. У Галичині найбільшим жіночим об’єднанням був Союз українок, на Волині — Союз українок Волині, на Закарпатті — Жіночий союз.

Важливе значення для поширення ідеї емансипації жінки мала так звана жіноча періодика. У міжвоєнний період у Галичині виходили періодичні видання “Жіноча доля” (1932–1939), “Жіноча воля” (1932–1939), “Жіночий голос” (1931–39), “Нова хвиля” (1925–1939) та ін. Після встановлення у Західній Україні радянської влади у 1939 році діяльність всіх жіночих організацій було заборонено. Після встановлення більшовицького режиму в Україні жіночі організації

не мали умов для вільного розвитку. Деякий час існували створені за ініціативою Компартії так звані жінвідділи. У 1930 роках “жіноче питання” в СРСР і, зокрема, в УРСР було проголошене повністю вирішеним. Незважаючи на відхід від традиційного фемінізму, розв’язання проблеми суспільної рівноправності жінок у радянський період характеризувалося зростанням їх освітнього та професійного рівнів, активною участю у науковому, літературно-мистецькому житті країни. Водночас нерозв’язаними залишилися проблеми “подвійного навантаження” жінок (на виробництві та вдома), захисту материнства тощо.

Порівняно з розвиненими країнами жінки України мають дуже малочисельне представництво у вищих органах державної влади, небагато їх і у виробничо-бізнесовій еліті. Але все ж таки у незалежній Україні активізувався процес повернення жінок до цінностей ліберального фемінізму, відроджуються жіночі організації (зокрема Союз українок), створюються нові, посилюються зв’язки національних жіночих організацій з міжнародними жіночими об’єднаннями. Численні українські жіночі організації створені й продовжують ефективно діяти в діаспорі, зокрема Союз українок Америки, Український Золотий Хрест у США, Організація українок Канади ім. О. Басараб та багато інших.

Тож, як бачимо, український фемінізм існує — приблизно так само і на тих же засадах, що й український середній клас. Більше того, як свідчить історія західної демократії, фемінізм є “природною” ідеологією саме середнього класу. Принаймні і фемінізм, і гендерна проблематика, і розмови про те, що жінка відчуває і мислить інакше, аніж чоловік, і, відповідно, у жінки має бути право на її голос, на артикуляцію свого внутрішнього світу в культурі, у реальності, у суспільстві, у владі, нарешті... — усі ці питання виникають тоді, коли суспільство вже задоволене первинними потребами, коли закінчується етап виживання, дарвінівської боротьби за існування і починається, власне, життя...

Щодо проблем такого суспільного руху, як фемінізм, то найголовнішою вважається та, що більшість людей, як чоловіків, так і жінок, займають таку позицію: не бачу приниження чоловіків жінками, порушення їх прав, не відчував (не відчувала) такого на собі, отож, такої проблеми немає. Але не бачити проблеми — зовсім не означає, що її не існує. Хтось інший від цього потерпає, комусь іншому це болять. Зараз головне — визнати для себе самого: проблема є саме в

Україні. І від того визнаємо ми її чи ні залежить, чи стане наш світ демократичнішим, справедливішим, а жінки в ньому займатимуть належне місце і відчуватимуть себе захищеними суспільством і державою. Ми повинні збудувати світ, де буде існувати баланс між правами, обов'язками та можливостями їх реалізувати.

The author examines the problem of gender equality in the modern society, considers the rise of such social movement as feminism and studies some of its forms. The development of traditions of women movement in Ukraine is also a subject to examine.

Література

1. Гіденс Е. Соціологія. — К., 1999. — 726 с.
2. Лисовский В. Молодёжь: Любовь. Брак. Семья. — СПб., 2003. — 254 с.
3. Мартинов А. Гендерні дослідження в історичній соціології // Соціальна психологія. — 2004, — № 5.
4. Ницше Ф. Человеческое слишком человеческое. — М., 1990. — 370 с.
5. Павличко С. Фемінізм. — К., 2002. — 322 с.
6. Пайнс Е., Маслач К. Практикум по социальной психологии. — СПб., 2000. — 528 с.
7. Сімона де Бувуар. Друга стаття. — Т. 1. — К, 1994. — 434 с.
8. www.wikipedia.com
9. <http://kcws.kharkov.ua>

Н. КОРЯГІНА

студентка VI курсу,

Запорізький національний університет

ГЕНДЕРНИЙ ПАРИТЕТ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ: МОЖЛИВІ МЕХАНІЗМИ ВТІЛЕННЯ

Права і свободи людини є найбільшою цінністю сучасної цивілізації, а їх забезпечення визначає ступінь демократичності будь-якого суспільства. Значущість гендерної політики, як і соціальної політики в цілому, зростає в міру вдосконалення політичної системи суспільства і розвитку демократичних інститутів, створення справжнього цивільного суспільства, що припускає тісну співпрацю влади і громадських організацій, у тому числі й жіночих, в досягненні гендерної рівності. Однак до її стратегії не входить ліквідація об'єктивно обумовлених гендерних відмінностей. Головне — створити соціально-політичні умови для повнішої реалізації здібностей жінок і чоловіків у всіх сферах соціального життя для загального добробуту й прогресу.

У ХХІ столітті процес утвердження й забезпечення рівноправності в Україні зазнає європейських і світових впливів, насамперед міжнародного жіночого руху, світової інтеграції людства в усіх сферах життя, його інтелектуалізації і гуманізації.

Тому перед людством постає завдання вирішити питання щодо вирівнювання можливостей людей у глобальному масштабі шляхом прийняття та втілення в життя міжнародних документів про права людини, а на національному рівні необхідно досягти реального втілення в життя конституційної норми про “демократичну, соціальну, правову державу”. Однак досягнення цієї мети ускладнюється гендерною нерівністю. У світлі цього найоптимальнішими факторами впливу на гендерний паритет є юридично закріплені норми захисту прав людини. Але юридичне забезпечення гендерної рівності неможливе без практичної його підтримки і втілення через механізми такого забезпечення.

Проблемами гендерного аналізу займалися такі вчені, як Болотіна Н. В., Буроменський М. В., Жеребкіна І., Руднєва О. М., Лавриненко Н. В., Мельник Т. М., Хома Т., але дослідження механізмів втілення гендерного паритету в сучасній Україні в науковій літературі чітко не проглядаються.

Метою даної статті є спроба запропонувати можливі механізми втілення гендерного паритету в сучасній Україні, а саме:

1. Створення умов для забезпечення гендерної рівності за допомогою розвитку демократії. Досягнення гендерного паритету в ухваленні політичних рішень як умови забезпечення рівності прав і можливостей чоловіків і жінок, зокрема:

- посилення антидискримінаційної гендерної політики, широка фіксація цієї вимоги в законодавчих документах та інституціалізація відповідальності за неї;
- примусове (тимчасове) введення механізмів забезпечення паритетної участі обох статей у всіх структурах і на всіх рівнях управління в законодавчих та виконавчих органах влади, у складі керівних органів партій і профспілок, а також у виборчих списках кандидатів, із застосуванням квотної системи 70 % до 30 %, а потім 50 % до 50 %;
- виділення коштів на розроблення і здійснення відповідних регіональних програм для створення умов щодо забезпечення рівності прав і можливостей чоловіків і жінок у всіх сферах життєдіяльності з урахуванням норм міжнародного права і досвіду передових у гендерному регулюванні країн;
- вирівнювання частки жінок на керівних посадах, фахівців вищої категорії в органах виконавчої влади, в суді, прокуратурі, інших правоохоронних органах, органах місцевого самоврядування, а також у наглядових радах державних компаній і фондів, інших комерційних і некомерційних структур з державною участю;
- включення в освітній стандарт за фахом “державне і муніципальне управління” як обов’язкових кваліфікаційних вимог до осіб, що посідають державні посади в системі державного і муніципального управління, дисциплін з гендерної проблеми;

2. Забезпечення гендерної рівності в соціально-економічній сфері.

2.1. Забезпечення зростання добробуту населення шляхом усунення гендерної диференціації в економічному становищі жінок і чоловіків:

- стимулювати скорочення різниці у доходах чоловіків і жінок, перш за все в їх заробітній платні; добитися рівних прав і можливостей у доступі жінок до економічних ресурсів: власності, доходів, робочих місць, підприємництва, бюджетних коштів, кредитів;
- розробити програми боротьби з бідністю з метою попередження фемінізації бідності, особливо жінок з дітьми, немолодих жінок, які складають більшість бідного населення;

2.2. Ліквідація дискримінації в економічній сфері:

- підвищення конкурентоспроможності і затребуваності жінок на ринку праці;
- усунення відмінностей за ознакою статі в заробітній платні, не пов'язаних з кількістю і якістю праці;
- сприяння процесам ослаблення професійної і посадової сегрегації жінок, забезпечення доступу до вищих керівних посад, топ-менеджменту.

3. Викорінювання гендерного насильства.

3.1. Мобілізація дій щодо попередження насильства та зменшення наслідків його проявів:

- розроблення спеціального законодавства щодо запобігання насильству стосовно жінок і дітей, з урахуванням норм міжнародного права, з внесенням змін у чинне законодавство та правову практику;
- вироблення довготермінового плану дій з попередження насильства, насамперед щодо жінок і дітей;
- проведення моніторингу з метою з'ясування справжніх масштабів насильства над жінками і дітьми та можливостей швидкого їх захисту;
- ініціація та сприяння науковим дослідженням з вироблення ефективних моделей соціального контролю щодо запобігання насильству над жінками і дітьми;
- спонукати проведення освітніх кампаній з питань насильства щодо жінок з метою підвищення обізнаності громадськості і поліпшення розуміння природи і впливу гендерного насильства на соціально-економічні, демографічні і культурні процеси в суспільстві, а також на погіршення криміногенної обстановки та суспільної безпеки;
- заохочення ЗМІ до того, щоб вони утримувалися від зображення жінок як об'єкта задоволення сексуальних потреб та товару;

- ухвалення законодавства, направлено на боротьбу з порнографією та зображенням насильства щодо жінок і дітей в ЗМІ;
- ухвалення законодавства про протидію торгівлі людьми;
- проведення кампаній в засобах масової інформації з метою змінити суспільну свідомість, поведінкові та соціальні норми, що проектують гендерну нерівність.

3.2. Розвиток системи надання допомоги особам, які потерпіли від насильства в сім'ї, сексуального насильства та торгівлі жінками і дітьми:

- організація і підтримка служб, що займаються психологічною та соціальною корекцією винних у насильницьких діях;
- вироблення та впровадження виховних і навчальних програм щодо ненасильницьких методів вирішення конфліктів для дітей, підлітків і молоді;
- вироблення та розвиток державного механізму заохочення вкладень національного бізнесу у формування цивільного суспільства з метою створення сприятливих умов для розвитку соціальних послуг, що надаються некомерційними організаціями.

4. Сприяння розвитку людського потенціалу, турбота про підростаюче покоління, підтримка інституту сім'ї.

4.1. Облік гендерних аспектів відтворення людського потенціалу, пом'якшення демографічних проблем українського суспільства:

- проведення державної політики щодо формування стосунків чоловіка і жінки в сім'ї на принципах добровільної і рівноправної відповідальності, взаємопідтримки та справедливого розподілу праці;
- ліквідація гендерної асиметрії, що виникла серед чоловіків (велика смертність в працездатному віці, шкідливі для репродуктивної функції умови праці і т. п.).

4.2. Забезпечення умов для розвитку особи, рівнодоступність державної, культурної, освітньої, інформаційної інфраструктури і послуг для чоловіків і жінок:

- реформування системи освіти, включаючи гендерну, що розширює можливості вільного розвитку для статі;
- посилення освіти населення з питань гендерної рівності, зокрема через сімейні, жіночі, молодіжні та інші клуби;
- підвищення законодавчих, адміністративних та етичних вимог до рівня гендерної культури в різних сферах політичного, ви-

робничого та суспільного життя з метою якнайповнішого розкриття людського потенціалу;

- усунення гендерних диспропорцій у керівному складі установ освіти, культури, науки;
- надання додаткових можливостей для підвищення рівня освіти жінкам-матерям, стимулювання працедавців на створення та забезпечення умов для підвищення кваліфікації та перенавчання жінок, що мають дітей.

У зв'язку з цим основні механізми реалізації гендерної політики повинні включати:

1. Застосування в державному управлінні гендерних підходів, вдосконалення національного механізму з метою поліпшення становища жінок та гендерного регулювання в Україні, тобто Комісії при президенті або уряді України з питань рівноправності (гендерної рівності).

2. Введення обов'язкової державно-суспільної гендерної експертизи всіх соціально значущих планів та проектів (державних, міжнародних і корпоративних);

3. Розвиток гендерного моніторингу та гендерної статистики, що відстежує зміни в політичній та управлінській системі країни, в сфері рівня доходів, бюджетних коштів, доступності культури, охорони здоров'я, освіти, житла, транспорту, побутового обслуговування, дотримання прав і свобод, забезпечення безпеки з позиції соціального становища статей, виявлення дискримінаційних процесів і умов, що їх породжують.

4. Вироблення і вживання спеціальних заходів, спрямованих на істотне підвищення рівня представництва жінок у найвищих органах законодавчої та виконавчої влади, керівних органах партій, профспілок, суспільних об'єднань, досягнення паритетного представництва як необхідного елементу приведення в життя гендерної політики.

Основні напрями гендерної політики в середній та довготерміновій перспективі.

Для досягнення цілей та розв'язання поставлених завдань щодо впровадження ефективної гендерної політики необхідно:

В сфері гендерно орієнтованої соціально-економічної політики:

1. Здійснювати послідовну та поглиблену гендерну експертизу законодавства з теми “Жінка та економіка” на предмет визначення гендерних диспропорцій, розроблення урядової концепції їх пом'якшення на базі розширення доступу жінок до економічних ресурсів,

власності, доходів, кредитів, підприємництва, різних форм зайнятості, облік відповідних заходів в середніх та довготермінових планах і платформах дій уряду України.

2. Включати в державні економічні програми (промислові, інвестиційні, дій на ринку праці та інші), в програми суб'єктів України гендерно орієнтовані заходи щодо зниження рівня безробіття (осередкового, масового) в містах і сільських місцевостях з урахуванням складу безробітних за статтю.

3. Забезпечити випереджаюче зростання ставок і окладів у галузях бюджетної сфери (де переважно працюють жінки) з орієнтацією на рівень винагороди державних службовців, збереження державних гарантій оплати в соціально-культурних галузях незалежно від фінансового стану регіону.

4. Знизити негативні впливи небезпечних робіт на здоров'я не тільки жінок, а й чоловіків (батьків майбутньої дитини), для чого розробити перелік робіт, які несприятливо впливають на репродуктивну функцію чоловіків, що призводять до стійкої безплідності, ракових новоутворень і тому подібне, з метою збільшення вкладень працедавців у безпечну техніку і технологію та збереження трудового потенціалу працівників.

5. Сприяти розробленню та використанню державного механізму заохочення вкладів національного бізнесу у вирішення соціальних проблем, поліпшення становища працівників та їх сімей, на соціальну добродійність.

В рамках гендерної стратегії необхідна реформа системи охорони здоров'я:

1. Виключити можливості гендерної сегрегації та дискримінації в медичних установах.

2. Сприяти поліпшенню якості умов праці медичних працівників, серед яких більшість жінок.

3. Розширити можливості для просування жінок на керівні посади в управлінні та керівництві системою суспільної охорони здоров'я.

4. Створити правові механізми, що забезпечують чоловікам і жінкам гарантовану і доступну систему отримання медичних послуг.

5. Включити в програми медичної освіти і підвищення кваліфікації медичних працівників широкий спектр гендерних проблем, проблем прав людини, гендерної ідентичності чоловіків і жінок, а також питань гендерної теорії та методології.

В сфері реалізації гендерно орієнтованої інформаційної політики необхідно:

1. Заохочення виробництва сучасної інформаційної продукції з популяризації ідей гендерної рівності та справедливості, включаючи державну підтримку соціальних ініціатив журналістів та представників мас-медіа, направлених на зміцнення довіри споживачів до інформаційної продукції, підвищення соціальної відповідальності засобів масової комунікації.

2. Проведення широких інформаційних кампаній, направлених проти застосування соціально шкідливих і небезпечних засобів дії на індивідуальну, групову та суспільну свідомість, наприклад, демонстрації особливо жорстоких сцен насильства на каналах загальнодоступного телебачення.

Щодо галузі освіти та культури. Облік гендерної складової в освітньо-культурній сфері має особливе значення в ХХІ столітті, бо саме зараз створюється той самий людський капітал, який дозволяє людям і країнам рухатися шляхом прогресу і добробуту. Освіта і культура необхідні не тільки для реалізації професійної, а й батьківської ролі особи. У сучасному житті справжнім авторитетом для дітей можуть бути тільки освічені батьки.

Як свідчить міжнародний досвід, освіта дозволяє жінкам підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку праці, збільшити свої шанси на участь в управлінні, службовому просуванні, сприяє вирівнюванню та зростанню їх доходів.

З метою перегляду традиційного розподілу праці за статтю слід подолати гуманітарний перекис в освіті жінок, залучати дівчат до навчання технічним професіям у сферах, де раніше застосовувалася переважно або виключно чоловіча праця (складне автоматизоване виробництво, нові інформаційні технології тощо).

Треба організувати системи постійного підвищення кваліфікації працівників, жінок і чоловіків, заохочення вкладень підприємців у сферу освіти.

Залучати чоловіків у сферу освіти шляхом подолання гендерної асиметрії в оплаті праці з метою надати чоловікам більшої особистої свободи у виборі професії, посилення їх участі у вихованні підростаючого покоління.

Слід ухвалити нормативні правові акти про форми допомоги молоді, що вчиться, для учнів з малозабезпечених сімей встановити стипендії не нижчі за рівень прожиткового мінімуму.

Включати в державні освітні стандарти соціальні, зокрема гендерні, знання, ввести системи гендерно орієнтованих програм, починаючи з дошкільних установ.

Громадян слід виховувати на основі загальнолюдських цінностей, включаючи соціальну рівність за статтю. Треба підвищувати якість культурного обслуговування населення, включаючи дотримання прав споживачів, гідний рівень оплати праці та соціального захисту.

Реальне рівноправ'я чоловіків і жінок є невід'ємною частиною прогресу людства, елементом демократії і важливою умовою розбудови демократичної, правової держави. Оптимізація політики гендерного паритету потребує подальшого вивчення механізмів його впровадження з урахуванням національних і ментальних особливостей чоловіків і жінок, які проживають на території України.

Сучасний стан суспільних відносин не дозволяє нехтувати знаннями, навичками та творчими здібностями жінок і чоловіків, а потребує повного їх використання, рівної участі чоловіків та жінок у професійному, політичному та громадському житті з поєднанням рівної відповідальності за прийняті рішення на державному та суспільному рівнях.

Article, "Genderny parity in modern Ukraine: possible mechanisms of introduction" devoted to the actuals problem of inculcation gendernis parity in modern Ukrainian society. The ways providing of gendernis equality in social, economic, spiritual, political are considered spheres. The grounded analysis of inculcation of gendernis parity is given and the ways of realization and stabilization of Ukrainian society are indicated. The modern state of public relations does not allow to ignore knowledges, skills and creative capabilities of women and men, and needs complete their use, requires equal participation of men and women in professional, political and public life with combination of equal responsibility for the accepted decisions at state and public level.

Література:

1. Болотіна Н. В. Соціальне право. Гендерна експертиза. — К.: Логос, 2001. — 156 с.
2. Буроменський М. В. Міжнародне право. Гендерна експертиза. — К.: Логос, 2001. — 194 с.

3. *Гендерна демократія — стратегія ХХІ століття: від Пекіна до Нью-Йорка. 1995–2000* / Упор. Смоляр Л. О. — Одеса, 2000. — 247 с.
4. *Еволюція правового становища жінок: історія і сучасність* / Упор. Руднева О. М., Дашковська О. Р. — Харків: ТОВ Одісей, 2000. — 275 с.
5. *Жеребкіна И. А. Женское, политическое, бессознательное. Проблемы гендера и женского движения в Украине.* — Харьков, 1996. — 314 с.
6. *Жіночі права крок за кроком: Практичний посібник з використання міжнародного закону про права людини і механізмів захисту прав жінок у контексті прав людини* / Пер. з анг. М. Корчинська, Л. Малець. — К.: Основи, 1999. — 249 с.
7. *Лавриненко Н. В. Женщина: самореализация в семье и обществе (Гендерный аспект).* — К.: ВИПОЛ, 1999. — 172 с.
8. *Мельник Т. М. Гендерна політика в Україні.* — К., 1999. — 212 с.
9. *Мельник Т. М. Міжнародний досвіт гендерних перетворень.* — К.: Логос, 2004. — 320 с.
10. *Методичні рекомендації до модуля “Гендерна політика України”* / Упор. Грицяк Н. В. — К.: АРТЕК, 2000. — 48 с.
11. *Руднева О. Гендерна рівність як принцип законодавства України* // *Право України.* — 2002. — № 4. — С. 23–28.
12. *Закон України “Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків”* [WWW документ]. URL <http://www.gdo.kiev.ua/files/db.php?god=2005&st=2536>.

О. ВАСИЛЕНКО

студентка V курсу,

Запорізький національний університет

ТРЕНІНГ ЯК СОЦІАЛЬНА ТЕХНОЛОГІЯ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

У сучасному суспільстві існує об'єктивна необхідність систематичного відновлення соціально-технологічних процедур, у яких важливо концентрувати постійно накопичуваний досвід, нові ідеї й досягнення наукової думки. Це дає можливість стверджувати, що соціальна технологія — це не стільки жорстка регламентація в організації й розвитку соціальної системи, скільки засіб її стимулювання до саморозвитку, самоорганізації й самовдосконалення. Виходячи із цього, соціальна технологія повинна мати такі властивості, як простота, гнучкість, надійність, економічність, інноваційність, зручність освоєння, привабливість мети, гармонійність і гуманізм. Слід відзначити, що соціальні технології являють собою найважливіші елементи стійкого розвитку сучасного суспільства. Їх головна особливість полягає в тому, що вони є результатом прикладених творчих людських зусиль до динамічного розвитку суспільства, тих або інших його сфер, явищ і процесів. Вони виступають також найважливішим засобом раціоналізації й оптимізації функціонування соціуму стосовно задоволення тих або інших потреб людей, виконуючи при цьому різноманітні ролі.

Соціальні технології є предметом дослідження таких авторів, як В. І. Подшивалкіна, Ю. П. Сурмін, М. В. Туленков, Г. І. Іконнікова. Разом з тим, незважаючи на безліч наукових праць з проблем соціальних технологій, залишається дискусійним саме поняття “соціальна технологія”, поняття про її структуру й систему теоретичних і емпіричних показників. Такі ж автори, як В. А. Кибанов, М. Х. Мескон, Г. Г. Нессонов, А. М. Силін, С. В. Шекшля та інші розглядають проблеми впровадження інноваційних технологій в управління персоналом. Ігрові технології та тренінгові процеси є сферою наукових інтересів таких соціальних психологів, як М. М. Гаків, Л. І. Крюкова, А. М. Айламазьян, Д. Б. Єльконін та інші.

Ми сполучаємо ці три напрями й обґрунтовуємо застосування ігрових тренінгів як виду соціальних технологій в організаціях та фірмах для оптимізації процесу управління персоналом. У цьому полягає новизна й актуальність нашого дослідження. Метод тренінгів і проведення ділових ігор дозволить нам оцінити групу людей, виявити соціальні ролі кожного члена колективу, і, головне, з великою долею ймовірності передбачити подальшу долю як колективу в цілому, так і окремих особистостей.

Неоднозначність трактування терміна “соціальна технологія” обумовлюється різними визначеннями категорії “соціальна”. У вузькому значенні слова це поняття охоплює лише ті технології, що стосуються винятково соціальної сфери суспільства. Але якщо трактувати його ширше, то це не тільки суто соціальні технології, а й економічні, політичні, соціокультурні, інформаційні, управлінські тощо.

Саме такий широкий змістовий контекст соціальних технологій останнім часом набуває все більшого поширення, що дає всі підстави трактувати поняття “соціальна технологія” по-новому.

1. *Соціальна технологія* — це певний спосіб здійснення людської діяльності щодо досягнення суспільно значущих цілей. Сутність його полягає в раціональному розчленуванні діяльності на процедури й операції з наступною координацією й синхронізацією. Таке розчленовування виконується свідомо з використанням наукових знань, передового досвіду, а також з урахуванням специфіки тієї сфери, у якій здійснюється людська діяльність.

2. *Соціальна технологія* поєднує в собі програму, що містить процедури й операції (зміст яких — способи й засоби діяльності), і саму діяльність згідно з програмою. Її специфіка полягає в тому, що вона визначає спрямованість і зміст діяльності, що технологізується.

3. *Соціальна технологія* є елементом культури й створюється у соціокультурному середовищі еволюційно або вибудовується за її законами як штучне утворення [12, 19].

Ми послуговуємося таким визначенням соціальної технології: “*соціальна технологія* — алгоритм, процедура здійснення дій у різних сферах соціальної практики: керуванні, науці, дослідницькій роботі, художній творчості”. Поряд із цим “соціальна технологія — це елемент людської культури, що виникає еволюційно або пов’язаний з потребою швидкого й великомасштабного “тиражування” нових видів діяльності. Побудова соціальної технології здійснюється за ра-

хунок поділу діяльності на окремі операції, процедури за умови глибокого розуміння природи й специфіки тієї сфери, у якій розгортається практика” [11, 150].

У соціальному управлінні найбільше використовуються соціальні технології, призначені для розробки управлінських рішень, підвищення ефективності ділових нарад, виконання організаційного проектування, добору, розміщення й навчання кадрів, зняття соціальної напруги. Розробка соціальних технологій — це особливий науково-прикладний напрям управлінської діяльності, що виражається в трансформації знань з метою діагностики стану соціальних явищ і процесів, підготовки й реалізації рішень щодо їх зміни й розвитку.

Оскільки тренінг є формою активного навчання, то доречно дати визначення поняття гри й ігрових технологій.

Ігрові технології — це різновид соціальних праксеологічних технологій, призначених для оптимізації соціальної поведінки й діяльності людей за допомогою навчання [12, 186].

Ці технології базуються, як правило, на теорії ігор, що вивчає закономірності різних подій або ситуацій (насамперед, конфліктних) і оптимізацію соціальної поведінки людей. Ключова категорія у ній — поняття “гра”, що у соціології має кілька значень. По-перше, під грою розуміють невимушену, вільну діяльність. По-друге, гра — це, на думку американського соціолога Дж. Мида, соціальна діяльність, у процесі якої дитина, наслідуючи дорослих, сприймає їхні цінності, установки та вчиться в такий спосіб виконувати певні соціальні ролі [10, 91–92].

Отже, *тренінг* — це алгоритм, процедура здійснення дій в управлінській і кадровій діяльності, спосіб реалізації людьми конкретного складного процесу шляхом розчленування його на систему послідовно взаємозалежних процедур і операцій, які виконуються більш-менш однозначно й мають на меті досягнення високої ефективності.

У контексті поняття “тренінг” розглядаються ділові й імітаційні ігри, тому що вони знаходять дедалі ширше застосування в різних сферах: в основному в соціології, економіці й політиці, а також в екології, адмініструванні, міському плануванні, історії. У психологічній концепції ігрової діяльності, розробленою в працях А. Н. Леонтева й Д. Б. Єльконіна, гра визначається як діяльність, предмет і мотив якої лежать у самому процесі її здійснення [13, 134].

Імітаційні ігри використовуються для підготовки фахівців у певних галузях, а також для вирішення завдань дослідження, прогнозу,

апробування передбачуваних нововведень. Розробляються імітаційні ігри і як спосіб комунікації між фахівцями різних сфер, як особлива мова майбутнього.

В описанні методу ділових ігор зустрічаються різні терміни. Звичайно, якщо гра проводиться економістами, то вона називається діловою грою (business game), рідше — управлінською (management game) або операційною. У сфері політики, міського планування, як правило, використовується термін “імітаційна гра” (simulation game). Найпоширенішим є термін “імітаційна гра”, або “ігрова імітація”, хоча єдиної думки з питань термінології серед фахівців немає. Використання терміна “імітаційна гра” пов’язане з виділенням істотних характеристик цього методу. З одного боку, імітація — це відмова від безпосереднього експериментування з реальним об’єктом вивчення, який замінюється створенням і маніпулюванням з моделями, макетами. У соціальних науках широкого поширення набула машинна імітація, що реалізує формальну модель тієї або іншої досліджуваної системи. З іншого боку, існують власне ігрові методи, у яких учасники грають певні ролі, вступають у безпосередню взаємодію один з одним, прагнучи досягти своїх рольових цілей. Передбачається, що “ігрова імітація”, або “імітаційна гра” поєднує ці два підходи. Вона ґрунтується на конкретних ситуаціях, взятих з реального життя, і являє собою динамічну модель спрощеної дійсності. Таким чином, в основі ділової гри лежить імітаційна модель, однак реалізується вона завдяки діям учасників гри. Вони беруть на себе ролі адміністративних працівників або політичних діячів і грають задану господарську, управлінську або політичну ситуацію залежно від змісту гри.

Управління персоналом — це система добору й навчання кваліфікованих кадрів, яка забезпечує потреби організації в ефективній діяльності.

Ми вважаємо, що найважливішими завданнями кадрового планування має стати:

- прогнозування перспективних потреб організації в персоналі;
- вивчення ринку праці (ринку кваліфікованої робочої сили) і програми заходів щодо його “освоєння”;
- аналіз системи робочих місць в організації;
- розробка програм і заходів щодо розвитку й навчання персоналу.

Проаналізувавши різні поняття, ми дійшли висновку, що варто розглядати тренінг, як групову форму первинного навчання спів-

робітників. Соціально-психологічний тренінг персоналу, заснований на принципі єдності набуття досвіду й зростання компетенції, є оптимальною соціальною технологією навчання персоналу.

Слід зазначити, що існує кілька підходів до вивчення ефективного управління персоналом, це, власне, управлінський, соціологічний підхід, що вивчає соціальні й ігрові технології, які впроваджуються в організаціях для підвищення ефективності роботи співробітників, і психологічний підхід, що вивчає соціально-психологічні тренінги й методи навчання персоналу з застосуванням ділових та імітаційних ігор.

Вітчизняні соціологи Ю. П. Сурмін і М. В. Туленков вважають, що основою для динамічного розвитку соціальних технологій є знання й досвід, накопичені соціологічною наукою. Адже донедавна методи соціології розвивалися в основному як способи одержання знання, в результаті чого дослідники, маючи доказові висновки про суть соціальних явищ, не могли дати конкретних рекомендацій про способи впливу на несприятливі тенденції суспільного розвитку, підказати найефективніші шляхи розв'язання виявлених проблем [12, 42].

Очевидно, соціальні технології постають як найважливіші елементи стійкого розвитку сучасного суспільства. Їхня головна особливість полягає в тому, що вони є результатом прикладених творчих людських зусиль до динамічного розвитку суспільства, тих або інших його сфер, явищ і процесів. Вони виступають також найважливішим засобом раціоналізації й оптимізації функціонування соціуму щодо задоволення тих або інших потреб людей, виконуючи при цьому різноманітні ролі.

Розглядаючи специфіку соціальних технологій, потрібно виходити з особливостей соціальних об'єктів порівняно з об'єктами природи. Соціальним об'єктам, на відміну від останніх, властива принципова складність, що залежить від прояву в них більшою мірою людського фактора з його раціональністю (розумом, наукою) або ірраціональністю (почуттями, емоціями), високою активністю, що не може не накладати істотного відбитка на природу соціальних технологій.

Важливий момент для подальшого практичного впровадження технологій полягає в тому, що технології колективної діяльності передбачають раціоналізацію діяльності не тільки кожного індивіда, але й колективу в цілому, що дає змогу забезпечити, насамперед, ко-

ординацію й раціоналізацію взаємозв'язків між членами колективу. Поставленої мети досягають за допомогою ефективного управління [12, 213].

Гра, за формою непродуктивний вид соціальної діяльності, проте за своїм змістом досить істотно впливає на людей і в цьому розумінні є досить продуктивним заняттям.

Будь-яка гра, в остаточному підсумку, має два найважливіші соціальні результати. Вторинний результат пов'язаний, насамперед, з виграшем або програшем учасників гри, а також з можливим покаранням або нагородою. Однак більш значущий у соціальному розумінні є первинний результат гри, оскільки вона справляє на учасників вплив, як специфічна форма соціалізації людей, дає їм змогу набутися необхідного досвіду, знань, умінь і навичок соціальної життєдіяльності.

На відміну від соціальної діяльності, що ставить своїм завданням перетворення соціальної реальності, гра має зовсім інше призначення, а саме тренувальне, дослідницьке й перевірочне. Соціальний зміст гри полягає, насамперед, у тому, що вона готує індивідів до соціальної діяльності у перетворенні суспільства. Це й визначає роль ігрових технологій у сучасному суспільстві. Поряд із цим необхідність удосконалення ігрових технологій впливає з ускладнення соціальної життєдіяльності людей, зростання небезпеки деформацій і втрат від непрофесіоналізму, а також прагнення суспільства підвищити якість і ефективність людської діяльності. Саме тому ігрові технології дають можливість найефективніше "тренувати" різні властивості і якості людей, формувати в них нові вміння й навички, необхідні для застосування в екстремальних ситуаціях, дають можливість краще розуміти й відчувати свої дії, виправляти помилки, а також одержувати нові знання про соціальні об'єкти й різноманітні умови їхнього функціонування й розвитку. Найширше гра застосовується для навчання персоналу фірм, особливо управлінських кадрів [6, 162].

Серед технологій людського капіталу в сучасному соціальному менеджменті виділяються дві групи. Першу становлять технології оцінки людського капіталу й людських ресурсів на основі витрат. При цьому враховуються витрати на надання успішному працівникові місця, його професійну орієнтацію й формальну підготовку, а також непрямі витрати на навчання, заміщення або звільнення працівника тощо. Всі інші технологічні моделі будуються на базі оцінки

людського капіталу. Сюди входять технології формування кар'єри й кадрова політика, технології навчання й організації роботи персоналу.

Таким чином, технології людського капіталу нині є найперспективнішими та найефективнішими напрямками вдосконалення діяльності трудових асоціацій. Для їх освоєння необхідний значний інтелектуальний ресурс керівників і менеджерів. Однак витрати на розробку, придбання й використання таких технологій швидко окупуються внаслідок зростання доходів.

Існує багато видів практичного тренінгу, об'єднаних загальною якістю — їх учасники здійснюють діяльність, відмінну від щоденної професійної роботи. Зупинимося на основних цілях практичного тренінгу. Це:

- виявлення проблемних вузлів;
- розвиток системи комунікації серед учасників команди;
- розвиток навичок індивідуальної й групової рефлексії;
- створення позитивного соціального оточення.

Виявлення проблемних вузлів

Звичайно, у всіх командах є проблеми різної якості й рівня складності. Але найчастіше постають проблеми, пов'язані з людським фактором і структурою організації. Людина може вносити непередбачені зміни в ретельно сплановані плани. Тому, оцінюючи людей у позаробочій ситуації, легше виявити, які ознаки особистості проявляються сильніше, як це впливає на взаємодію й на ефективність виконання завдань. Люди мають не звинувачувати у всьому “роботу”, а насамперед глянути на себе, на взаємостосунки в колективі, що допоможе з'ясувати реальний вплив організаційної культури.

Розвиток системи комунікації серед учасників команди

Хоча завдання тренінгу й досить складні, але все ж здійсненні. У кожній команді виявляється свій підхід до їх виконання: хтось вирішує негайно, хтось виробляє план, але якщо члени колективу ефективно не взаємодіятимуть, їх чекає невдача, тому необхідно оволодіти навичками компетентного спілкування.

Розвиток навичок індивідуальної й групової рефлексії

Ведучий тренінгу після кожної вправи пропонує учасникам обговорити, що вдалося зробити добре, що гірше, а що вони зробили б по-іншому. Рефлексія — це метод усвідомлення того, що пережито, набуто нового, зрештою, це можливість навчитися на своєму минулому

досвіді й застосовувати знання в нових сферах діяльності. Поступово гравці навчаються синтезувати свої навички в єдине-групове знання для вирішення завдань і подолання труднощів.

Створення позитивного соціального оточення

Важко уявити, що людина може працювати в колективі, не вступаючи у взаємодію з його членами. Тому для ефективної роботи необхідно створити позитивне соціальне оточення, у якому кожен учасник розуміє один одного. З цією метою в тренінгу задіяні такі сфери, як емоції, аспекти особистості й взаємини. Часто це дозволяє глянути на людину іншими очима, зрозуміти, чому вона у певній ситуації повела себе так, а не інакше. Крім цього, учасники тренінгу вчаться проявляти й розпізнавати емоції. Все це приводить до того, що члени команди починають краще розумітися, а відтак встановлюється ефективна взаємодія [2, 312–315].

Який же вплив тренінгу на підвищення ефективності роботи команди?

Аспект цілей команди

Учасники команди вчаться цінувати один одного, довіряти один одному, розвивають розуміння й прийняття. Навички вирішення проблем дають змогу діяти на рівні організації при взаємодії з керівництвом. Усе разом — це внесок в особистий розвиток кожного індивіда й підвищує його задоволення від діяльності.

Варто відзначити, одним із головних завдань тренінгу є необхідність розвивати навички кооперації, координації й комунікації. Члени команди вчаться оцінювати ситуацію, розробляти плани, ділити обов'язки й ефективно взаємодіяти на шляху до досягнення мети. Тренінг також сприяє розвитку творчих здібностей і надає рішучості у ситуаціях ризику.

Аспект якостей ефективної команди

У ході тренінгу учасники вчаться формам вербальної підтримки й мотивування один одного, а також способам вирішення проблем та уникнення конфліктів.

Аспект продуктивності

У ході тренінгу не тільки здобуваються необхідні навички й формуються необхідні якості, а й поліпшується спілкування членів колективу, вони навчаються зосереджуватися на виконанні завдання, шукати нові рішення, ефективно взаємодіяти на шляху до досягнення мети.

Аспект уповноважування

Практичний тренінг дає учасникам необхідні навички брати на себе підвищенні обов'язки та відповідальність за результати своєї праці. Зростає самооцінка й рівень взаємодії, взаємної підтримки в колективі.

Аспект необхідних навичок

У ході тренінгу члени команди одержують можливість відкрити в собі певні здібності, закріпити набуті навички, застосовувати їх у своїй безпосередній діяльності.

Аспект особистої участі кожного

Особливо важливе значення тренінг має для вже сформованої команди. Адже корисно періодично виходити за межі безпосередньої роботи й отримати певний стрес. Це дозволяє як освіжити навички, вироблені в ході попередніх тренінгів, так і обговорити проблеми, що виникли [7, 400].

Є кілька вагомих причин для використання командного підходу, що сприяє позитивним змінам в організації:

1. Створити обстановку довіри й взаємодопомоги.
2. Поліпшити комунікацію.
3. Підвищити рівень упевненості в ситуаціях ризику.
4. Набути навички поведінки в конфліктних ситуаціях.
5. Довідатися про всі можливості своєї особистості й використувати їх.
6. Оптимізувати використання всіх людських ресурсів.
7. Виробити підходи до спільного вирішення проблем.
8. Одержати задоволення від самого процесу тренінгу.

Можна зробити висновок, що можливість ефективного вирішення багатоаспектних проблем з'являється за рахунок занурення учасників тренінгу в особливу ігрову атмосферу й одночасного їх втягування у вирішення не навчальної, а цілком реальної (особливо значущої) для них проблеми у всій її складності. Досвід показує, що гра дуже швидко перестає бути для її учасників просто грою. Реальні життєві ситуації стають, завдяки спеціальній роботі ігротехників, настільки інтенсивними, що учасники поведуться так, начебто гра є самою реальністю.

Таким чином, тренінг забезпечує інтенсивний розвиток кожного учасника ігрової дії, його збагачення новими знаннями, уміннями, навичками, технологіями. Гра дозволяє також удосконалювати про-

цеси взаємодії учасників, розширяти їх комунікативну компетентність [1, 161].

Отже, тренінг — це технологія вирішення проблеми й водночас соціальна технологія. Визначити місце тренінгу в соціальних процесах можна в такий спосіб:

- тренінг може бути нібито стартовим пристроєм для запуску різного роду соціальних механізмів (створення команди, колективу і т. д.);
- тренінг може стати віхою, орієнтиром у ході певного соціального процесу, допоможе підбивати його підсумки, передбачати перспективи;
- тренінг може задавати впорядковані серії інших активних методів, що супроводжують реальну діяльність і націлених на комплексне детальне опрацювання складної проблеми на різних етапах її вирішення.

Тренінг як соціальна технологія в управлінні персоналом повинен бути однією з найважливіших складових у підготовці не лише керівників вищої ланки підприємств та фірм, а й керівників будь-якого рівня.

Given clause describes introduction of social technologies by a method of trainings in management of the personnel. The positive parties of application of trainings for training by the personnel are deduced. In the given work a number of methods of an estimation of human potential is given. Using social technologies it is possible to optimize labour process and as consequence to achieve the most effective functioning of the enterprise.

Література

1. Айламазьян А. М. Актуальные методы воспитания и обучения: деловая игра // Учеб. пособ. для студ. — М.: Изд-во МГУ, 1989. — 215 с.
2. Бакли Р., Кэйпл Дж. Теория и практика тренинга. — СПб.: Питер, 2002. — 469 с.
3. Егоршин А. П. Управление персоналом. — Н.-Новгород: Бизнес-центр, 1977. — 607 с.

4. *Методы* практической социальной психологии: Диагностика. Консультирование. Тренинг // Под ред. Ю. М. Жукова. — М.: Аспект Пресс, 2004.
5. *Иванов В. Н.* Социальные технологии в современном мире. — М.: Славянский диалог, 1996. — 335 с.
6. *Игровое* моделирование: методология и практика // Под ред. И. С. Ладенко. — Новосибирск: Наука, 1987. — 389 с.
7. *Матвієнко В. Я.* Соціальні технології. — К.: Український шлях, 2001. — 446 с.
8. *Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента. — М.: Дело, 1992. — 702 с.
9. *Подшивалкина В. И.* Социальные технологии: проблемы методологии и практики. — Кишинев, 1997. — 352 с.
10. *Социальное* управление: Словарь / Под ред. В. И. Добренькова, И. М. Слепенкова. — М.: Изд-во МГУ, 1994. — 208 с.
11. *Социологический* энциклопедический словарь / Ред.-координатор Г. В. Осипов. — М.: НОРМА-ИНФРА-М, 1998. — 488 с.
12. *Сурмин Ю. П., Туленков Н. В.* Теория социальных технологий: Учеб. пособ. — К.: МАУП, 2004. — 608 с.
13. *Эльконин Д. Б.* Психология игры. — М.: Наука, 1978. — 312 с.

ТЕХНІКИ МАНІПУЛЯЦІЙНОГО ВПЛИВУ ПІД ЧАС ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Останнім часом зростання технологізації виборчих змагань є сталою тенденцією вітчизняної політичної системи. В Україні проблема маніпулювання поведінкою та свідомістю суспільства, особливо під час виборчих кампаній, дуже актуальна. Для того щоб отримати або зберегти підтримку на виборах, політичні сили застосовують всілякого роду маніпуляційні технології, які впливають на свідомість виборця і про які він навіть не здогадується. У більшості випадків ці технології дуже дієві.

Мета статті — висвітлити найпопулярніші техніки маніпуляційного впливу, які використовувалися під час виборчих кампаній в Україні.

Маніпулювання свідомістю — система засобів ідеологічного і духовно-психологічного впливу на свідомість виборців (за умов приховування справжніх цілей і думок) з метою отримання підтримки певної політичної сили, що не лише спонукає особу віддати свій голос за потрібного кандидата чи партію, а й примушує її хотіти це зробити [1].

Взагалі, на науковому рівні досі відсутня теоретико-методологічна єдність стосовно того, що є “політичною маніпуляцією”. У політичній науці існує безліч визначень терміна, пов’язаних з різними варіантами інтерпретацій відповіді на головні питання: чому можливі маніпуляції та хто здатен їх здійснювати.

Але потрібно зауважити, що *політичну маніпуляцію відрізняє від просто маніпуляції її мета — здобуття, реалізація і збереження влади*. Тобто вона є певним засобом панування, що здійснюється через духовну сферу та поведінку людей. Сутність політичної маніпуляції полягає в тому, щоб замаскувати керування та втручання, зламати спротив владі [3].

Нині маніпуляція свідомістю під час виборчих кампаній набуває широкого практичного застосування. Якщо раніше до цього вдавала-ся, як правило, влада, завдяки засобам масової комунікації, доступ до яких у представників опозиції був обмежений, то зараз можна говори-ти, що маніпуляційні технології використовуються усіма команда-ми кандидатів виборчих перегонів.

Технологія політичного маніпулювання передбачає: впроваджен-ня у свідомість під виглядом об'єктивної бажану для певного кола інформацію; вплив на больові точки суспільної свідомості, які збуд-жують страх, тривогу, ненависть; реалізацію своїх задумів, спираю-чись на підтримку громадської думки.

Особливістю маніпуляційних технологій сучасної політичної бо-ротьби є використання таких псевдодійсностей — “віртуальних ре-альностей”, які є штучно створеними засобами масової інформації проєкціями дійсності в масовій свідомості [2].

У цьому контексті президентські вибори 2004 року стали етапни-ми з точки зору символізації політичного життя країни. Але відбуло-ся це через засилля в ефірі й на сторінках національних і регіональ-них засобів масової інформації великої кількості псевдоновин і псевдоподій, покликаних створити “віртуальні реальності” для ці-льових груп вітчизняних виборців. Цікаво, що по завершенні вибор-чих змагань ситуація істотно не змінилася.

Таким чином, минулі президентські вибори можна розглядати як підготовчий етап до наступних. Саме 2004 року певні політичні угру-повання випробували та відпрацювали низку маніпуляційних техно-логій через підконтрольні їм мас-медіа. Серед них найбільшої уваги заслуговує технологія віртуального “розколу” держави на “Захід” та “Схід” зі своїми кандидатами на посаду глави держави [2].

Той факт, що сфера почуттів реагує швидше і її легше експлуату-вати, пояснює, чому однією з головних мішеней маніпуляторів є людські емоції. Керування свідомістю людини базується на тих емо-ційних передумовах, що у свідомості вже визначилися. Не потрібно ні кого ні в чому переконувати, будувати стрункі логічні викладки, досить задіяти наявний емоційний потенціал, взяти в руки керуван-ня “емоційним вибухом”. Для цього використовуються аномальні ситуації, кризи, що спричиняють сильні почуття: непевність, заздро-щі, ненависть, страх, які найважче піддаються самоконтролю та пе-реважують здоровий глузд.

Звернення до **страху** або **злякування** належить до найулюбленіших прийомів маніпуляторів. У наш час ефективними політичними “страшилками” залишаються — жах комунізму, тероризм, мафія, екологічні кризи. Так, під час виборів президента України 1999 року Л. Кучма здобув перевагу саме як альтернатива комуністам. Під час президентської виборчої кампанії 2004 року техніка злякування також була задіяна. Так, штаб В. Ющенка взяв на озброєння злякування виборців “донецким беспределом”, натякаючи, що у разі перемоги В. Януковича Україна стане мало не диктаторською державою та опиниться в ізоляції. “5 канал” українського телебачення демонстрував програми, в яких йшлося про бандитизм на Донеччині, кримінальне минуле В. Януковича та його зв’язки з кримінальним світом, змальовували його ставлеником Росії. Це спричинило доволі неоднозначну реакцію на виборчий процес в Україні з боку багатьох російських політиків [3]. Штаб В. Януковича створював образ “Ющенко-фашиста” та “американського зятя” за допомогою відомих телевізійних роликів технічних кандидатів Козака та Базилюка, музичного кліпу Кобзона.

Під час нещодавніх виборів до Верховної Ради України, скажімо, Партія Регіонів, широко використовувала “ефект кризи”, зосереджуючи увагу виборця на таких негативних моментах, як стагнація економіки, підвищення цін на товари першої необхідності, погіршення рівня життя загалом через розруху, інфляцію, зменшення реальної пенсії тощо.

Маніпулятори можуть впливати також на пам’ять та уяву, використовуючи такі фізіологічні особливості, як центри інтересу, спрямованість уваги, зосередженість, стійкість та інтенсивність. Шляхом штучного розпорошення уяви на кілька об’єктів знижується чутливість сприйняття і ступінь усвідомлення. Процес маніпулювання пам’яттю спрямований як на запам’ятовування потрібних символів, так і на їх відключення. Стійке запам’ятовування досягається через постійне повторювання. Крім того, така інформація повинна підтримуватися почуттями. Відключення пам’яті — технологія, яка дозволяє підміняти критерії оцінки. Так, під час останньої виборчої кампанії команда В. Януковича перейняла стратегію штабу В. Ющенка і подала до Верховного Суду України скаргу на масову фальсифікацію результатів виборів. Розрахунок: можливість заміни в суспільній свідомості як критеріїв оцінки (ми гарні, оскільки вони перші

почали), так і винних. Концентрація уваги на тому, що відбувається зараз, у цю хвилину руйнує необхідний зв'язок з минулим [3].

Одним з найважливіших засобів маніпуляції є **мова інформаційного повідомлення**. Він ґрунтується на трьох ключових концепціях соціології мас-медіа: визначення порядку денного, спрямування уваги аудиторії та використання стандартних форм-кліше. Зокрема, відбір новин на основі інформаційних тем є однією з найчастіше застосовуваних технологій боротьби за голоси виборців в Україні, а реалізується вона шляхом викидання події з реального контексту таким чином, щоб її можна було помістити в новий, символічний контекст — тему новин. Увага, що приділяється події, може бути непорівнянною з її значенням, актуальністю чи своєчасністю. Сенсаційність та терміновість належать до технології загальної дії, що забезпечує необхідний рівень нервозності, яка руйнує психологічний захист. Швидкість подання інформації, з одного боку, слугує перетворенню інформації на товар, а з іншого — створює уявлення про важливість, що ускладнює розмежування новин за ступенем впливовості.

Наступним засобом є дроблення — висвітлення проблеми не як окремого цілого, а як частки. Така форма комунікації характеризується численними різноманітними сюжетами, які перериваються рекламою. Своєрідне вилучення з контексту не дозволяє здійснити вибір, що значно знижує здатність аудиторії сприймати інформацію. Особливий ефект має зловживання незнайомими словами та науковими термінами [2].

Поширеним є прийом “інформаційного перевантаження”, коли в потоці другорядних повідомлень губляться справді важливі. Схожою є і технологія “бутерброду”, коли вигрешне для кандидата повідомлення подається в контексті, що полярно змінює його суть.

Не менш вражаючим прийомом маніпулювання є **“ефект згуртованості нації”**, **“гра в простонародність”** або **“спорідненість”**. Його суть полягає в тому, щоб асоціювати політичного актора з усталеним у народі образом “звичайної людини”, “простого хлопця”, “такого, як і всі ми”, тобто у виборця має скластися враження про доступність кандидата. Наприклад, під час президентських виборів 2004 року часто лунало “Нас багато і нас не подолати” або “Донецьк, Донбас — приєднуйся до нас!” (НСНУ).

Останнім часом маніпулятори дуже часто застосовують прийом так званого **“прикриття авторитетом”** — включення до списків і за-

діяння в агітації відомих постатей не із світу політики — артистів, спортсменів, співаків. Вважається, що це приверне увагу та голоси їх фанатів. Так, під час нещодавніх виборів партія НСНУ включила у свої списки Руслану Лижичко, Ольгу Герасим'юк, БЮТ — Андрія Шевченка, Блок “Ми” Литвина В. — Леоніда Каденюка, Софію Ротару, ПРП-“Пора” — Віталія Кличка, Блок “Не так!” — Олега Блохіна [3].

Заслугує на увагу і прийом **“навішування ярликів”** з метою знеславити певного політичного актора чи ідею в очах аудиторії, бездоказово вживаючи стосовно них зневажливі епітети чи метафори, які викликають негативне ставлення внаслідок активізації певних стереотипів. Так, україномовність В. Ющенка подавалася провладними ЗМІ як ознака націоналізму, і широка аудиторія сприймала його як представника західних регіонів України, хоча насправді він походить з традиційно напівросійськомовної Слобожанщини.

Ще одним ефективним методом впливу є **висміювання**. Його висока ефективність пов'язана з впливом на сферу слабо усвідомлюваних психічних явищ, що знижує дієвість психологічного захисту особи. Так, під час останніх президентських виборів та виборів до Верховної Ради України команда В. Ющенка, в основному за допомогою Інтернету, вдало використала епізод із падінням В. Януковича від удару яйцем під час його візиту до Івано-Франківська. Було також створено й розміщено в мережі серію мультфільмів і велику кількість анекдотів з цієї теми. Не минули і знання В. Януковича з літератури, правопису, релігієзнавства [1].

Чутки як інструмент маніпуляції свідомістю є невід'ємною складовою виборчих кампаній. Ця технологія дає змогу спрямовувати інформаційне поле у вигідне русло, оскільки чутки практично неможливо спростувати [1]. Під час останніх президентських виборів з боку команди В. Ющенка, зокрема, поширювались чутки про застосування В. Януковичем фізичної сили до тих чи інших осіб. Їх ефективність підсилювалась через висловлювання кандидата від влади про “козлов, которые мешают нам жить”, інцидент з пенсіонером на Житомирщині та кримінальне минуле В. Януковича. Такі факти зміцнювали правдоподібність тверджень про рукоприкладство владного кандидата.

Широко застосовується так звана **“ведмежа послуга”**. Можна, наприклад, якнайчастіше згадувати найодіознішу, несимпатичну особу з оточення конкурента, що скомпрометувала себе. У виборця з її

іменем буде пов'язуватися образ конкурента, і тоді не важко переконати суспільство, що справжнє обличчя кандидата — обличчя цієї особистості. Одіозні фігури легко привертають до себе увагу, здатні відштовхнути певну частину електорату від усього руху в цілому (монолог пані Янукович про жовтогарячий шабаш і злобливі, наркотичні апельсини). Як суміжний прийом розглядається провокаційна підтримка політичними лідерами, соціальними групами, які однозначно викликають відторгнення у більшій частини електорату. Яскравий приклад, коли команда В. Януковича використовувала, зокрема, рекламний ролик про підтримку В. Ющенка організацією ОУН Козака, в якому йшлося про те, що націоналісти разом із В. Ющенком заборонять вживання російської мови та організують на Хрещатику марш членів організації УНА Коваленка (нібито на підтримку В. Ющенка) під фашистською символікою та скандування: “Ющенко!” [3].

Часто претенденти на владу навіть не здогадуються, що свобода слова є тільки розмінною картою в політичній боротьбі. Досить зафіксувати, як конкурент у тій чи іншій формі виявляє зневагу до виборців (наприклад, відомий вислів пана В. Януковича: “Все в нас гаразд, тільки деякі козли заважають”).

Технологія “**клонування**, або **шоу двійників**” в Україні не нова. Метод “клонування” — це елемент тактики “розтаскування голосів”. Кількість кандидатів збільшується за рахунок добору осіб, що мають подібні з кандидатом-конкурентом характеристики. Із законодавчої точки зору цей метод бездоганий. Дезорієнтація електорату починається з агітації на підтримку прізвища. Найвигідніше у бюлетені розмістити імена кандидатів таким чином, щоб ім'я двійника стояло на першому місці [4; 36].

Передвиборче шоу-клонування 2002 року перевершило усі очікування.

Олександр Олександрович Мороз — лідер Соціалістичної партії України і Олександр Федорович Мороз — перший номер у списку кандидатів від політичної партії “Всеукраїнська партія трудящих”.

У Олександра Чубатенка — народного депутата по 218 (м. Київ) виборчому округу з'явився однофамілець Геннадій Чубатенко, що на той час проживав у м. Миколаєві, тимчасово не працював, самовисуванець.

У Тараса Стецьківа (Львів) з'явився претендент на мандат — ще один Стецьків.

Взагалі, клонування — це технологія розрахована насамперед на неуважних, недолугих, байдужих людей, вона серйозно не введе виборця в оману, та все ж бодай частину голосів відбере у тих, хто на них заслуговував.

Ще одним маніпуляційним засобом є так звана **компрометуюча інформація**. Поширення компромату здійснюється анонімно — від імені самого конкурента або ж через підставну особу. Засобами компромату виступають як ЗМІ, так і різні листівки, брошури, а також чутки. Зміст компромату може бути різним — вигадана належність конкурента до соціальної або етнічної групи, що викликає неприйняття електорату, його участь в пограбуванні народу, багатства, зв'язок з кримінальним світом, сімейні негаразди. Нерідко конкурент дискредитується від власного імені. Для цього випускаються плакати, листівки, газети, що копіюють зміст, скажімо, виступу конкурента, зі змістом, що викликає роздратування виборця, причому останній упевнений, що ці агітаційні матеріали випущені самим кандидатом-конкурентом.

Теледебати також показали, що телевізійна зустріч з претендентами може перетворитися на суто маніпуляційний засіб, ефективний для кандидата, що має інформаційну та адміністративну владу. Так, для того, щоб “принизити” претендента, досить ігнорувати питання, підмінити поняття (наприклад, на противагу наявним проблемам говорити про обриси майбутнього).

Взагалі, провідна роль у використанні маніпуляційних технологій належить телебаченню, яке працює в активному режимі з візуальною та аудіальною модальностями глядача. Це дає змогу впливати на підсвідомість аудиторії, застосовуючи різноманітні техніки монтажу, “заднього плану”, звукового супроводу, поєднання кольорів, розкадровування тощо.

Також обов'язково треба виділити техніку **нейролінгвістичного програмування (НЛП)** та “**25 кадру**”. Нейролінгвістичне програмування — це управління людською свідомістю за допомогою лінгвістичних конструкцій, архетипів, візуальних зображень тощо. Сутність полягає у чіткому зв'язку між жестами, мімікою та речовим кодом. Дія “25 кадру” ґрунтується на тому, що органи чуттів людини здатні сприймати не більше 2 % інформації, яка потрапляє в її організм через ці органи. 98 % залишаються непоміченими, але засвоєними організмом. Якщо інформація, що перебуває в тих 98 %, має легкозасвоювану форму і конкретний зміст, то через деякий час вона почне

реалізовуватися в свідомості людини з усіма відповідними наслідками. На цьому і базується дія “25 кадру”: людина, яка дивиться телевізійну передачу, здатна усвідомлено сприймати тільки 24 кадри, все, що поза цим лімітом, залишиться непоміченим, але відкладеться у її пам’яті і через деякий час може реалізуватися навіть непомітно для самої людини. Яскравим прикладом використання цих технік був чотирихвилинний відеоролик з піснею у виконанні Й. Кобзона “Тільки не було б громадянської війни” (під час президентських виборів 2004 року). На деяких кадрах кліпу з’являлися незрозумілі червоно-чорні композиції та зображення боєголовок чи бойових ракет. У відеорядові кліпу текст пісні пов’язувався з діяльністю кандидата в президенти В. Ющенка, тим самим викликаючи негативне відношення до нього. До речі, позов Ющенко стосовно цього кліпу був задоволений Апеляційним судом міста Києва [5].

Нещодавно у використанні “25 кадру” було звинувачено НСНУ за показ в ефірі телеканалу УТ-1 фільму “Загроза. Страшна правда”, в якому розповідалося про хід виборчої кампанії в Донецькій області. Після розкадрування фільму було виявлено, що перед кадрами, де показують символіку Партії Регіонів, з’являється спалах, після якого на екрані начебто виникає страшний, перекошений темно-синій людський череп, що негативно впливає на підсвідомість телеглядача. Справа щодо цього фільму ще розглядається в суді.

Підсумовуючи, треба звернути увагу на те, що маніпуляція є складно організованою, але вигідною та безпечнішою формою управління, ніж прямий примус чи погроза фізичних розправ. Маніпуляційна складова соціальної взаємодії є неодмінною прикметою сучасного суспільства, незалежно від того, є воно тоталітарним чи демократичним. Різниця полягає лише у формах та витонченості застосовуваних технологій. Наведений перелік використання маніпуляційних технологій під час виборчих кампаній далеко не вичерпаний. Але на основі лише їх використання можна стверджувати, що потужні маніпуляційні технології, задіяні під час останніх виборів, сприяли різкому поділу громадян за політичними інтересами та ледь не призвели до розколу держави. Ситуація залишається не такою гострою, але й досі відчувається напруженість у суспільстві. Будемо сподіватися, що під час наступних виборчих кампаній будуть задіяні такі маніпуляційні технології, вплив яких не призведе до небажаних наслідків у суспільстві.

The problem of manipulation by public opinion is actual for Ukraine. This article examines the most popular techniques of manipulation by public opinion during hustings in Ukraine.

Література

1. Ярослав М. Маніпуляція свідомістю <http://world.pravda.com.ua/news/2006/2/6/38427.htm>
2. Купцов А. Маніпулятивна складова соціальної взаємодії в контексті політичного маркетингу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2004. — № 2
3. Пояркова Т. Політичне маніпулювання <http://www.cdrp.iatp.org.ua/material/society/index.html>
4. Головатий М. Ф. Політичні технології: механізм і мистецтво здобуття політичної влади: PR в органах державної влади та місцевого самоврядування: Монографія. // За заг. ред. В. М. Бебика, С. В. Куніцина. — К.; Сімферополь: МАУП, 2003. — 240 с.
5. Побокін М. Інформаційна зброя: принципи дії, основні види, захист <http://www.spa.ukma.kiev.ua/visnyk/index.php?op=cat&c=9>

П. ШПІРА

студент II курсу,
МАУП

ІНСТИТУТ СІМ'Ї ЯК ФАКТОР СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Соціалізація — надзвичайно складний і багатогранний процес, який кожна людина проходить по своєму. Незважаючи на поширеність терміну “соціалізація”, в сучасній науці не існує єдиного визначення поняття. Кожна наука, досліджуючи соціалізацію, відштовхується від своєї специфіки.

Одним з найпоширеніших визначень соціалізації є таке: **соціалізація — це двобічний процес входження індивіда в соціальне середовище, формування у нього таких якостей і властивостей, які дають йому можливість жити та працювати в соціумі, а також вплив цієї особистості на інших людей, соціум [5, 276].**

Соціалізація починається в родині або в соціальному середовищі, в якому людина народжується та зростає. Соціологія розглядає сім'ю як соціальний інститут сімейно-шлюбних стосунків. Водночас сім'я — це мала соціальна група, що має історично визначену організацію і члени якої пов'язані родинними стосунками, спільним побутом і взаємною моральною відповідальністю, соціальна потреба в якій зумовлюється фізичним і духовним відтворенням населення [5, 58].

Соціологія розглядає сім'ю як соціальний інститут, одним з головних завдань якого є соціалізація нового покоління.

Нині питання соціалізації в родині є надзвичайно актуальним у зв'язку численними проблемами, що мають місце в інститутах сім'ї та шлюбу. Насамперед, зростає кількість дітей, що виростили без батьків, на вулиці.

Успішна соціалізація в родині надзвичайно цінна. Саме там діти отримують перший досвід взаємодії, засвоюють перші соціальні ролі (в тому числі статеві), норми та цінності. Стиль поведінки батьків (авторитарний або ліберальний) впливає на формування особистості дитини. Навіть враховуючи те, що сучасна сім'я не може відігравати

таку роль, як у традиційних суспільствах (через збільшення числа розлучень, малодітність, послаблення традиційних позицій батька, трудову зайнятість жінок), її значення в процесі соціалізації все ж залишається дуже важливим. Дитина (свідомо чи ні) відтворює моделі поведінки, що були засвоєні саме в родині. В дорослому житті, при створенні власної родини та вихованні дітей, вона значною мірою керується досвідом, набутим змалечку.

Питання успішності сім'ї досить складне. Загалом до критеріїв успіху відносять: міцність шлюбу; суб'єктивне відчуття щастя у подружжя; всебічний розвиток їх особистостей; відсутність значних конфліктів і криз, викликаних антагонізмами між членами сім'ї. Водночас зазначимо, що цілковитого успіху в сімейно-шлюбних стосунках практично досягти дуже важко, однак це не означає дезорганізацію та розпад сім'ї.

У науковій літературі питання соціалізації в родині досліджується не лише соціологами, а й психологами (психологічні процеси в родині, що мають вплив на соціалізацію та формування особистості), педагогами (пристосування до соціального середовища, інтеграції людини в соціум).

Підкреслена А. А. Реаном і Я. Л. Коломінським можливість в соціалізації одночасної дії цілеспрямованого і нерегульованого (стихійного) процесів стосується й сім'ї. Дитина (підліток) запам'ятовує і засвоює не усвідомлені батьками форми їх поведінки, стосунки між собою та ставлення до інших.

Умови життя сім'ї — це сукупність об'єктивних і суб'єктивних факторів макро- та мікросередовища проживання. До факторів макросередовища, або загальних соціальних умов життєдіяльності сім'ї, належать:

- соціально-економічні умови й відносини, зумовлені ступенем розвитку економіки;
- соціальні умови й відносини, зумовлені структурою суспільства;
- соціально-культурні умови й відносини, що відбивають систему наявних у суспільстві морально-етичних норм, цінностей та ідеалів, нормативних для сім'ї зразків діяльності та поведінки, доступність закладів освіти, культури, мистецтва, спорту та інших духовних цінностей суспільства;
- соціально-екологічні умови, що свідчать про природно-географічні та кліматичні умови проживання сім'ї, ступінь урбаніза-

ції і санітарно-гігієнічні умови життєдіяльності, популяційну насиченість середовища існування.

Загальні соціальні умови впливають на життєдіяльність сім'ї, як правило, опосередковано, через її найближче соціальне оточення або фактори мікросередовища.

Фактори впливу сім'ї на соціалізацію особистості можна уявити таким чином:

- склад сім'ї, або, точніше, структура сім'ї, як єдність функціонування її членів;
- місце дитини в родині, скажімо, її ролі в сім'ї, що можуть бути зовні схожими (життя в сім'ї), але насправді абсолютно різними (наприклад, дитина є внуком двох бабусь та дідуся, сином одружених батьків, але не мати брата. Досвід єдиної дитини в повній сім'ї значно відрізняється від досвіду дитини, що є одночасно старшою від брата і молодшою від сестри в материнській сім'ї);
- основні (реальні) вихователі-соціалізатори, тобто ті члени родини, які справили найбільший вплив на розвиток дитини завдяки основному догляду за нею, і ті, хто був найбільшим авторитетом для дитини, тобто ті з близьких людей, на кого вона хотіла більше бути схожою;
- стиль виховання в родині можна розглядати як переважаючий стиль основного вихователя-соціалізатора (наприклад, батька або матері), а також допоміжних соціалізаторів (баба, дідусь, сестра, брат).

Важливим фактором соціалізації є склад сім'ї, особливо на ранніх стадіях позначається роль батька, матері, дідусів та бабусь, а також взаємини між ними та їх ставлення до виховання дітей.

А. Адлер так пояснює вплив батька на формування у дітей соціальних інтересів: він має позитивно ставитися до дружини, роботи та суспільства, тобто його сформований соціальний інтерес повинен поширюватися на дітей. За А. Адлером, ідеальний батько повинен уникати двох помилок: емоційного відторгнення і батьківського авторитаризму, що дає, як це не дивно, практично однакові результати.

У засвоєнні дітьми статевої ролі вплив батька може бути особливо значним, навіть більшим ніж матері, коли він схвалює розвиток жіночих якостей у дівчат і мужності та сили у хлопців. Хлопчик, батько якого покинув сім'ю до п'яти років, зрештою виявляється залежнішим від своїх однолітків і не таким впевненим у собі, як хлоп-

чик, який виховувався в повній родині. Хлопчик спирається на готову модель поведінки батька, тому його поведінка і психіка є стабільнішими [3, 176].

На дівчаток вплив батька також значний. Вони, скажімо, взаємодіючи з протилежною статтю, спираються на дитячий досвід спілкування з батьком. Хороший батько здатен допомогти дочці навчитися взаємодіяти з представниками протилежної статі адекватно до ситуації, зрештою, його образ може вплинути навіть на вибір партнера.

Позитивну роль батька в ранньому дитинстві різні автори пояснюють тим, що:

- він відіграє значну роль у формуванні дитини, коли їй незрозуміло, як себе поводити в певній ситуації;
- батько, який чуттєво реагує на сигнали дитини, стає нібито діючим суб'єктом соціалізації;
- коли дитина стає дорослішою, батько для неї перетворюється у важливу рольову модель.

Негативний вплив на соціалізацію дитини можуть справляти шкідливі звички як батька, так і матері, а найбільше — оточення в школі та позашкільних закладах.

Вплив матері на розвиток дитини проявляється задовго до її народження через відношення до зачаття, до батька, до самої вагітності. Згодом, керуючись стереотипом дитинства, вона може ставити завищені вимоги до дисципліни, вибору друзів тощо. Взагалі, слід відзначити, що останнім часом роль матері в соціалізації дітей значно зросла, оскільки саме вона стає годувальником родини, а не домогосподаркою.

Нарешті, згідно з А. Адлером, надзвичайно велике значення на розвиток у дитини соціального почуття (по суті, соціалізацію) справляють відносини між батьками. Так, невдалий шлюб притлумлює у дітей розвиток соціального інтересу, оскільки дружина не виявляє емоційної підтримки чоловікові, а всі свої почуття та піклування переносить на дітей.

Не можна обійти роль бабусь і дідусів у соціалізації дітей. Крайг доводить, що їх вплив особливо яскраво виявляється в неповних сім'ях, а також тоді, коли батьки змушені працювати понаднормово.

Аналізуючи роль інституту сім'ї на стадіях соціалізації, можна сказати, що, згідно з більшістю теорій, на дотрудовій стадії сім'я традиційно вважається головним інститутом соціалізації. Особливо ве-

лика її роль у дошкільному віці, коли дитина засвоює перші ролі, цінності, моделі поведінки. Водночас постійно зростає роль дошкільних (дитсадок та ін.), позашкільних закладів, школи, а також неформальних інститутів, до яких входить підліток.

На трудовій стадії інститутами соціалізації є трудові колективи та інші формальні і неформальні інститути, до яких входить індивід. Саме в цей період людина створює власну сім'ю.

Інститути соціалізації на післятрудова стадії, так само, як і сама післятрудова стадія соціалізації, розглядаються у різних концепціях по-різному. Андреева Г. М. вважає, що соціалізація закінчується в 23–25 років. З моєї точки зору, соціалізація триває протягом усього життя людини. До інститутів соціалізації можна віднести ті формальні та неформальні організації, до яких належить індивід. Внаслідок обмеження зв'язків з суспільством зростає роль ЗМІ. Для пенсіонерів, які продовжують працювати, інститутом соціалізації залишається трудовий колектив. Для значної частини людей пенсійного віку основним заняттям є виховання та соціалізація внуків, правнуків. Отже, навіть у сучасному суспільстві сім'я відіграє вагомий роль на всіх стадіях соціалізації.

Аналізуючи сучасні інститути сім'ї та шлюбу, виокремлюють такі тенденції:

- збільшення кількості розлучень (абсолютне і відносне);
- збільшення кількості неповних сімей і дітей, народжених поза шлюбом;
- зменшення середньої тривалості шлюбу;
- відкладення часу вступу до шлюбу;
- проживання подружніх пар без оформлення шлюбу;
- зменшення народжуваності, що призводить до старіння населення та навіть його депопуляції, зниження соціально-економічних показників;
- збільшення кількості самотніх людей, які не одружуються;
- зменшення кількості повторних шлюбів тощо.

Понад $\frac{3}{4}$ молодих одружуються до 30 років, пік розлучень припадає на перші 4 роки подружнього життя. Причини розлучень переважно такі: зловживання спиртними напоями (переважно серед чоловіків), різниця в характерах та інтересах і пов'язані з цим сімейні чвари; передчасне непередумане одруження, нездатність або небажання когось із подружжя мати дітей, фінансові труднощі, зрада, втручання третіх осіб.

Як приклад, дослідження О. В. Жабко (Інститут ім. Драгоманова, 2003 р., м. Київ), що проводилося серед 175 респондентів у віці від 17 до 25 років. Воно свідчить, що у молодій людини виникають проблеми у взаємовідносинах з найближчим оточенням та в цілому з суспільством.

Проблема довіри (101 респондент) — 57 %:

- до уряду країни (56) — 32 %;
- до батьків (19) — 10,9 %;
- друзів (14) — 8 %;
- партнерів (10) — 5,7 %;
- коханих (1) — 0,6 %.

Взаєморозуміння (58) — 33,1 %:

- у родині (41) — 23,4 %;
- серед колег (6) — 3,4 %;
- з друзями (8) — 4,6 %;
- з керівництвом (3) — 1,7 %.

Апатія до життя (12) — 6,9 %:

- нецікаво жити (5) — 6,9 %;
- лінощі (7) — 4 %;

Шкідливі звички (4) — 2,3 %.

Молодь цього віку є лакмусовим папірцем суспільства, що дозволяє зрозуміти, яким буде його стан у найближчому майбутньому. Саме в такому віці у молоді формується світогляд, вона вибирає професію та починає трудову діяльність, прагне до створення власної сім'ї та й взагалі до самовизначення в житті.

Отже, держава повинна проводити виважену соціальну політику, спрямовану на розвиток сім'ї, організацію дозвілля, а саме підтримувати малозабезпечені та багатодітні сім'ї, сприяти забезпеченню їх житлом, надавати безкоштовну медичну допомогу. Окремим пунктом соціальної політики має бути піклування про дітей, що залишилися без батьків, — стимулювання до всиновлення та створення дитячих будинків сімейного типу. Розвиток та соціальний захист сім'ї є одним з пріоритетних напрямів політики будь-якої держави.

The aim of this study is to investigate socialization of family as the factor of socialization of the person. In the work it is analyzed our family in different periods of the person's life depending on the age and what place of family occupies in the process of socialization of the person.

Література

1. *Лукашевич М. П.* Соціалізація. Виховні механізми і технології. — К., 1998. — 112 с.
2. *Жабко О. В.* Довіра в сучасному українському суспільстві, як один з аспектів соціалізації молоді людини // Психологічні проблеми сучасної молоді. — 2003. — № 12. — С. 54–55.
3. *Андреева Т.* Семейная психология. — СПб., 2003. — 244 с.
4. *Тейлор Ш.* Социальная психология. — СПб., 2004. — 767 с.
5. *Лукашевич М. П. Туленков М. В.* Спеціальні та галузеві соціологічні теорії. — К., 2004. — 344 с.
6. *Андреева Г. М.* Социальная психология. — М., 2004. — 365 с.
7. *Шибутани Т.* Социальная психология. — Ростов-н/Д., 1999. — 544 с.

Ю. ЩЕРБАКОВА

студентка IV курсу,

Запорізький національний університет

СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА ПРОБЛЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Масштабные изменения, происходящие в современном обществе, подверженном мощным глобализационным импульсам, заставляют само общество (в широком смысле), а также отдельные социальные объекты (в узком смысле) “давать” ответы адекватные среде (мгновенно отреагировать и принять необходимые управленческие решения). В подобной проблемной ситуации необходимо разработать научно-теоретический материал по формированию тех самых “ответных реакций” и эксплицировать его на практику. Для этого, необходимо:

во-первых, знать сущность (характерные черты) самой окружающей среды;

во-вторых, сформировать адекватные окружающей среде методы (позволяющие мгновенно реагировать на изменения во вне) воздействия на социальные объекты. Это может быть реализовано только благодаря расширению взгляда на сущность социального мира.

Мы делаем попытку осмыслить, каким изменениям должен быть подвергнут современный механизм внутриорганизационного управления (управление, осуществляющееся внутри организации, имеющее своей целью установить фактор резонансного действия между самоорганизационной и организационной структурами организации) в связи с постоянно изменяющейся стохастической окружающей средой. Анализ будет проводиться на примере конкретного социального объекта — организации. По определению Ч. Барнарда, под организацией понимают систему сознательно координируемых целей деятельности некоторой совокупности индивидов, то есть она представляет собой социальную общность, которая имеет функционально-целевую природу, поскольку создаётся для реализации определённых целей. Организация как социальная форма движения ма-

теории концентрирует в себе как компонент управления (организации, как процесса), так и самоорганизационный компонент, таким образом, анализу будет подвергнуто внутриорганизационное управление.

Синергетический (экологический) подход к решению управленческих проблем не только возможен, но и необходим; поскольку в последнее время классическая теория управления не справляется со стоящими перед ней задачами — мгновенная реакция на вызовы, инициируемые стохастической внешней средой [3]. Условия макромира предопределяют условия жизнедеятельности микромира — поэтому вызовам глобализации и неструктурированному пространству подвергаются и организация, и человек. Идеи синергетического управления способны дать адекватный среде ответ. Именно поэтому они и получают сейчас колоссальное распространение, как в практике принятия управленческих решений, так и в практике реализации “опыта Вселенной” в “социальном поле”.

Синергетика как новое научное направление, изучающее процессы самоорганизации структур различной природы, с момента своего возникновения была обречена на междисциплинарность и универсалистскую исследовательскую ориентацию. Синергетика возникла на стыке различных научных дисциплин и научных школ: брюссельская школа И. Пригожина (теория диссипативных структур), школа Г. Хакена (понятие кооперативных явлений), математическая школа В. И. Арнольда, Р. Тома (теория катастроф), школа А. А. Самарского, С. П. Курдюмова (самоорганизация на база математических моделей), биофизическая школа М. В. Волькенштейна, Д. С. Чернавского (теория эволюции в информационных терминах), М. Эйгена (теория о гиперциклах), В. Мандельброта (фрактальная геометрия), Э. Янча (глобально-эволюционная концепция развития Вселенной), Дж. Миллера, Ротштейна, Бакли (теория социальной энтропии), Винера (теория информации), Ч. Шеррингтона (“эффект синергии”), И. Стенгерса (теория “порядка и хаоса”).

Современная попытка экспликации синергетического подхода в теорию управления была предложена в России в начале 80-х гг. XX века. Теоретическая база синергетического подхода к управлению была обобщена в монографиях А. А. Колесникова “Последовательная оптимизация нелинейных агрегированных систем управления” и “Синергетическая теория управления”. На специальной сессии РАН “Новые концепции общей теории управления” (Москва, 1994 г.) и

научной конференции РАН и Минобразования РФ “Синергетика и проблемы управления” этот подход получил мощный импульс для своего дальнейшего развития и применения.

Наша **цель** — приоткрыть и конкретизировать пути приложения идей самоорганизации (синергетики) к решению проблем формирования и функционирования внутриорганизационного управления с учётом человеческого фактора.

Для конкретизации цели мы разработали следующие **задачи**:

1. Проанализировать концептуальные различия организационного и самоорганизационного методов принятия управленческих решений.
2. Определить природу “самоорганизационных механизмов принятия эффективных управленческих решений”.
3. Выделить новый, нелинейный способ мышления современного управленца-профессионала.

Именно синергетический подход способен дать понимание “новой окружающей среды”, раскрыть механизмы формирования адекватных среде управленческих методов. Классическая научная парадигма считает, что современное общество движется в направлении развития; развитие с точки зрения всё той же парадигмы рассматривается как стремление к переходу в более устойчивое состояние. Следует отметить, что общество всегда движется циклично: наряду с подъёмами, оно порой оказывается в упадке и кризисных состояниях. Классическая научная парадигма рассматривает кризисы как отступление от развития. Она не учитывает конструктивную роль хаоса, который природно присущ движению любых объектов; в нашем случае, объектам социального мира — обществу в широком смысле, организации — в узком [2, 198].

В первой половине XX в. был открыт ряд новых диссипативных систем, которые придали проблеме взаимоотношения порядка и хаоса новый смысл. Бельгийский физик И. Пригожин показал, что в природе существует совершенно новый способ стремления материальной системы к устойчивому состоянию — своеобразный синтез порядка и хаоса (вместо их замены друг другом) [5, 34; 7, 65]. Самая важная особенность диссипативной системы состоит в том, что она сочетает порядок с хаосом. Возникновение порядка в такой системе с количественной точки зрения выражается в уменьшении энтропии (в физике аналог беспорядка), но последнее происходит за счёт увеличения беспорядка в окружающей среде. Система не только возни-

кает, но и существует за счёт поглощения порядка из среды, следовательно, усиливает в окружающей среде хаос. В итоге синтез порядка и хаоса, осуществляемый диссипативной системой, состоит в том, что теперь упорядоченная структура не может существовать без неупорядоченной, порядок без хаоса. Порядок и хаос, вместо того чтобы исключать друг друга, теперь оказываются взаимосвязанными — дополняют друг друга. И обществу, и организации, и человеку присуще стремление к развитию — обретение устойчивого состояния, кроме того, им присущ родовой признак диссипативной системы — обмен энергией, веществом, информацией с окружающей системой. Всем выше указанным системам также органично присущ хаос [4, 192]. Таким образом, из всего сказанного можем сделать вывод — и к обществу, и к организации, и к человеку мы имеем право применять синергетический подход, так как именно он даёт нам новое адекватное среде понимание сущности социальных систем, поскольку отвечает природе самих социальных систем. Остановимся на организации.

Любая организация предполагает наличие определенной управляющей инстанции, имеющей дело не с конкретными людьми, а с ролями и статусами, и способной регулировать деятельность организации путем манипуляции этими единицами. Иными словами, речь идет, прежде всего, о формальной, рационально устроенной телеологической структуре, для которой человек в его эмоционально-телесной реальности является лишь элементом внешней среды.

Логично предположить, что неформальность, иррациональность, замкнутость на целостности человеческого существования лежит в фундаменте возникновения самоорганизационных компонентов, что имеет место и в организации как целевой группе людей. Таким образом, и личности, и организации присущи самоорганизационные компоненты. Для того чтобы описать адекватный среде управленческий механизм, рассмотрим организацию и внутриорганизационное управление с точки зрения синергетики. Жизнедеятельность организации. Внешний компонент (см. приложение № 1). Факторное влияние на процесс управления. Внутренний компонент (см. приложение № 2). Только многофакторный анализ даёт возможность подойти к системе управления многосторонне и полно.

Управление необходимо рассматривать целостно. Условно оно состоит из двух компонентов: организационная сущность; самоорганизационная сущность. Таким образом, процесс управления предстаёт

и как целенаправленное организационное воздействие на внутрифирменную ситуацию (объект управления); так и “самоорганизационное движение организации как системы”, оказывающее влияние на внутреннее состояние дел, а также на внешнюю позицию организации. Классическая научная парадигма рассматривает управление как целевое воздействие на организацию. Действие самоорганизационного компонента не учитывается. Хотя именно он способен свести на нет любое управленческое решение. Это происходит потому, что действия неграмотного управленца попали в диссонанс с самой системой — организацией (объектом управления). Поэтому для эффективного управления недостаточен учёт “запросов” окружающей среды. Необходимо также учитывать возможности самой организации — как самоорганизационной системы. Следует выделить параметры, которые будут характеризовать управление в категориях “эффективное — неэффективное”:

1. Степень подготовленности организации к данному управленческому решению.
2. Внутриорганизационный климат.
3. Отношение персонала к возможным изменениям.
4. Степень давления на систему с целью реализации управленческого решения.
5. Альтернатива — организация (самоорганизационная управленческая структура) сама срезонирует с управленческим решением.

Пример. В организации (расположение — Восточный регион Украины) преимущественно со средневозрастным составом сотрудников возникает необходимость перевести деловую документацию на украинский язык. Существует два варианта реализации данного управленческого решения. Первый. Управленец издаёт приказ — отныне всю документацию вести на украинском языке. Предполагаемый результат — большинство сотрудников, не владея деловым украинским языком, с трудом (медленно, возможно с ошибками, с отрицательным психологическим климатом) приспособляются к новым требованиям. В данном случае управленческое решение попало в диссонанс с самоорганизационным компонентом организации. Следствие этого — нарастание энтропийных показателей внутри организации. Энтропийные потоки, вызванные данным управленческим решением, препятствуют “скатыванию” организации на необходимый (желательный) аттрактор. Более вероятный результат —

возмущение указом управленца, не выполнение — очень неохотное выполнение его. В итоге необходимо принимать второе управленческое решение, чтобы разрешить проблемную ситуацию. Причина провала решения — отсутствие необходимой для реализации управленческого решения информации (следовательно, энтропийные потоки были потенциально задействованными в организации изначально). Не были учтены выше определённые параметры.

Второй вариант. Учёт всех параметров. В данном случае самоорганизационная система (коллектив) имеет скрытую энтропийную потенцию — знание языка. Для того чтобы не вводить “самоцентризм” — как стиль управления (А. И. Пригожин) [6], то есть не допускать ошибки первого варианта, необходимо:

1. На совещании коллектива организации уточнить уровень знания делового украинского языка у сотрудников. (В нашем случае не высокий уровень). Получение информации о проблеме (снятие потенциальной энтропийной напряжённости).
2. Предложить сотрудникам оплаченные организацией курсы по изучению делового украинского языка. Предоставление необходимой для решения проблемы информации (сознательное управленческое решение, направленное на создание оптимального энтропийного уровня, препятствие “производству энтропии”).
3. Закупить необходимые учебно-справочные материалы.
4. Использовать компьютерное программное обеспечение для изучения языка.
5. Создать максимально лишённый управленческого давления психологический климат в коллективе. Повысить уровень профессиональных притязаний сотрудников, тем самым повысить планку необходимых знаний.

Роль управленца — учитель-наставник. Необходимо условно присоединиться к проблеме и показать способ её решения. Указать на способность коллектива справиться с данной проблемой. Использовать способность самоорганизующейся системы к самодействию. Чтобы самоорганизационная система срезонировала с данным управленческим решением, необходимо “возбуждение” системы по определённым параметрам. Нужно дать возможность системе самой “скатиться” на определённый аттрактор. Не энергичные управленческие решения являются определяющими, а тополигично правильно организованные [8, 220].

В итоге — подготовка к принятию управленческого решения будет более длительной. Однако, на наш взгляд, энтропийные показатели в сфере документооборота и психологическом климате не будут повышаться. Профессиональность управленца по достоинству будет оценена сотрудниками. Управленческое решение попадёт в резонанс с системой самоорганизации. Следует отметить, что данное управленческое решение созвучивало с системой по двум основным причинам:

1. Наличие достаточного объёма информации как фактора предотвращения нарастания энтропийных показателей;
2. Наличие обратной связи.

В современном мире, подверженном постоянным изменениям, нарастанию объёмов информационных потоков и скорости их передачи невозможно недооценивать роль информации. Теория синергетики связывает нарастание конфликтности (кризис управления) с энтропийным ростом и дезинформацией. Соответственно, между неэнтропией и информацией проводят аналогию, поскольку информация неразрывно связана с процессом управления и определяет меру возможности «упорядочивания» системы через управленческие воздействия на неё. Наличие налаженного информационного (достаточный объём информации, её отфильтрованность) потока, пронизывающего организацию, позволяет ей постоянно быть в ключевых событиях (механизм адаптации, эффективной ответной реакции).

Французский биолог П. Латиль принцип обратной связи назвал «секретом общей упорядоченности». Наличие обратной связи в данном случае во внутриорганизационном пространстве позволяет создать все необходимые условия для принятия адекватных в среде эффективных управленческих решений. Говорить об эффективных управленческих воздействиях, самоопределяемых через обратную связь, значит, говорить о наличии процесса самоорганизации [10].

Горбунова Л. С. говорит о том, что проблемы, вызывающие управленческие решения, не должны решаться автономно. От уровня целостности будет зависеть эффективность управленческих решений. Решение, принятое по такому образцу, будет обозначено как формирующееся на основе человеческого фактора. Используя терминологию Г. Хакена, можно сопоставить данное управленческое решение с кооперативным синергетическим эффектом.

Итак, для того чтобы управление было эффективным (адекватным среде), необходимо учитывать:

1. Энтропийные потоки, постоянно циркулирующие в организации. Кроме того, производство энтропии, осуществляемое самой системой.
2. Управление должно быть ориентировано не на желание управляющего, а на собственные тенденции развития организации.
3. Гомеостаз — способность системы-организации к внутренней устойчивости, к поддержанию внутренних параметров в определённом диапазоне.
4. Спонтанность, непредсказуемость поведения систем повышенной сложности.
5. Не столько внешний стимул, сколько внутреннее состояние системы определяет её поведение, используя энергию внешней среды. Окружающая среда — источник модуляции системы.
6. Естественный дрейф — непрерывный синтез собственных поведений, которые осуществляет система во имя выживания своей организации под воздействием флуктуации среды.
7. Эвристику. Вместо того чтобы пытаться организовать всё детально, можно организовать часть, после чего динамика системы внесёт необходимые дополнения.
8. Информационные потоки, пронизывающие организацию.
9. Обратную связь между системой, которая управляет, и которой управляют.

Следует отметить, что в литературе, обобщающей практический опыт современных технологий управления, встречаются рекомендации созвучные основным принципам эволюционного менеджмента. Так, в книге Р. Уотермана “Фактор обновления. Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании” даны следующие советы по поводу организации управления:

- постоянные поисковые воздействия, позволяющие проследить движение к собственным значениям;
- решения, увеличивающие число выборов;
- тактика выжидания, сохранение естественной динамики самоорганизации;
- поощрение климата благоприятствующей коммуникации при ограниченности контроля и информации в системе;
- роль правил и традиций на предприятии [9].

Поскольку основной упор мы делаем на управлении в ситуации неопределённости стохастичности окружающей среды, то особую роль приобретает теория катастроф. Самоорганизационное пред-

ставление о социальном порядке отличается учетом нелинейности, непредсказуемости, нестабильности, допущением кризисности как составляющей процессов упорядочения, и более того — пристальным вниманием к вопросам кризисных, бифуркационных состояний. Основное внимание в плане поддержания порядка в относительно равновесных состояниях обращается не на функциональность, а на уровень энтропийных показателей системы как предопределяющих степень стабильности.

Кризисное управление в самоорганизационном понимании — это управление в ситуации принципиальной неопределенности, где на первый план выходит принцип резонансного воздействия. Представление об успешном управлении в этом случае предполагает знание о наличии самоорганизационных механизмов социальной упорядоченности, их доминировании над организационными, особенно в ситуации кризиса.

Реально существующие самоорганизационно адекватные управленческие стратегии по своей основной принципиальной выстроенности можно разделить на два класса.

Первые — это такие, которые работают с техниками, ориентированными на социальное пространство, его нелинейные особенности, способность стягиваться к аттрактивным точкам. Сущность таких стратегий в гомеостатический период — использовать интегрирующую силу аттрактивных структур, конструктивный потенциал их игровой напряженности. Игровые, мифологические сюжеты и приемы ритуально-символического плана составляют основу в арсенале таких стратегий. В бифуркационные моменты они стремятся инициировать такие аттрактивности и затем по возможности выиграть борьбу в конкуренции аттракторов. Это в некотором роде попытки попадания в резонанс с потенциальным аттрактором и стремление воспользоваться механизмом самодоотраивания победившего аттрактора.

Второй род стратегий предпочитает работать как бы на более глубоком, онтологическом уровне, полагая, что социальная форма — это уже вторичное проявление самоорганизации. Эти технологии стремятся направить процесс в нужное русло путем управления случайностью или цепочкой случайностей, от которой зависит выбор траектории развития в бифуркационной точке.

Новизна альтернативного менеджмента состоит в понимании того ресурса, который содержится в людях, их отношении к труду и ком-

пании, в которой они работают. Говоря самоорганизационным языком — в понимании значимости сохранения продуктивного уровня внутрикорпоративной социальной энтропии. Низкие энтропийные показатели выражаются в чувстве единения человека и компании, в тех идентификационных устремленностях, которые делают человека не только работником, но и патриотом своей организации [1, 357].

Подводя итог, следует отметить, что существующая теория управления успешно освоила методы централизованного внешнего силового воздействия на различные объекты. В условиях же многовариантности и нелинейности среды методы воздействия как фактор преобразования объектов окружающего мира должны соответствовать природе самого объекта, то есть обладать нелинейностью, многовариантностью. Наступило время пересмотра силовых подходов в задачах управления и перехода на идеи самоорганизации синергетики. Отсюда вытекает насущная потребность поиска путей целевого воздействия на процессы самоорганизации в нелинейных динамических системах. Другими словами, возникла необходимость создания способов формирования и резонансного возбуждения внутренних сил взаимодействия, которые могли бы породить в фазовом пространстве синтезируемых систем диссипативные структуры, адекватные социальной сущности соответствующей системы. В этой связи возникает фундаментальная проблема поиска общих объективных законов процессом управления (их систематизация), которая сводится к максимальному учету естественных свойств объекта соответствующей природы. Эта принципиально новая проблема системного синтеза порождает крупные самостоятельные задачи в тех предметных областях, к которым принадлежит объект управления. Подобная проблематика обозначает динамику дальнейших исследований.

Scale changes, occurring in modern society, subject to powerful globality pulse, force society itself (in broad sense), as well as separate social objects (in narrow sense) “give” identical ambience answers (instant to react and take the necessary governing decisions).

The existing theory of management has very successfully mastered the methods of the external influence on different objects, but, on our glance, has approached time of the revising power approach in problem of governing and turning on ideas self-organization synergetic.

In this work before me stand the problem of the comprehension that, what changes must be subject to modern mechanism inside-organization governing in connection with constantly changing surrounding ambience.

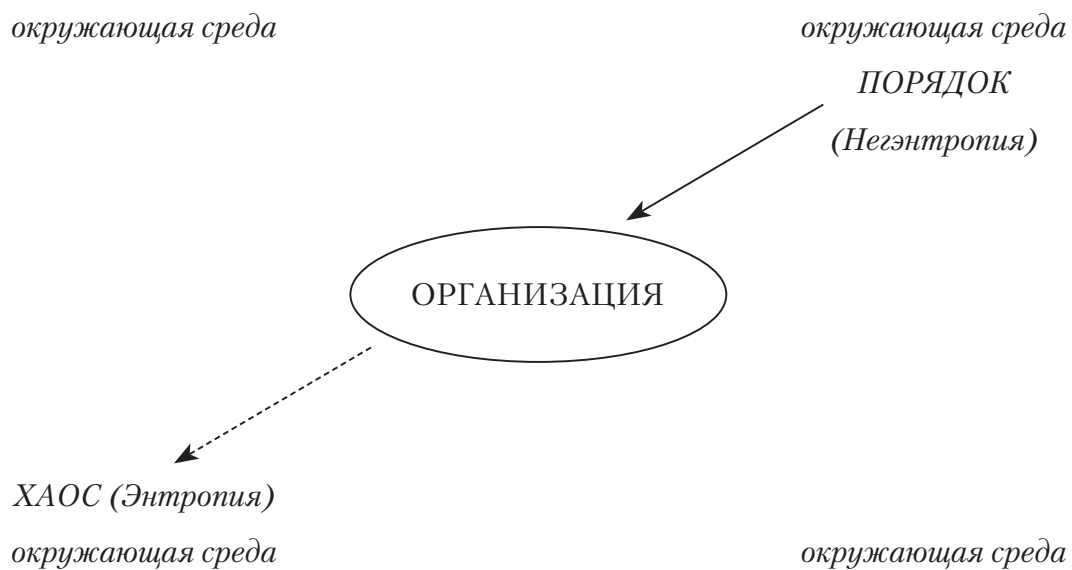
Литература

1. Бевзенко Л. Д. Социальная самоорганизация. Синергетическая парадигма: возможности социальных интерпретаций. — К.: Институт социологии НАН Украины, 2002. — 437 с.
2. Бех В. П. Генезис соціального організму країни: Монографія. — 2-е вид., доп. — Запоріжжя: Просвіта, 2000. — 288 с.
3. Бранский В. П. Теоретические основания социальной синергетики // Вопросы философии. — 2000. — № 4. — С. 34–36.
4. Василькова В. В. Порядок и хаос в развитии социальных систем (Синергетика и теория социальной самоорганизации). — СПб., 1999; Горбунова Л. С. Синергетична парадигма: методологічні та дидактичні можливості в освіті // Нова парадигма. — К.: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2005. — Вип. 50. — 250 с.
5. Пригожин А. И. Реформы спотыкаются о менеджмент // Общественные науки и современность. — 2001. — № 4. — С. 34.
6. Пригожин И. Философия нестабильности // Вопросы философии. — 1991. — № 6. — С. 57.
7. Пригожин И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. — М., 1986. — 107 с.
8. Уотерман Р. Фактор обновления. Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании. — М., 1988. — 239 с.
9. Яковленко С. И. Об организующем и разрушающем (стохастизирующем) воздействии в Природе // Вопросы философии. — 1992. — № 2. — С. 83.
10. Яковленко С. И. Философия незамкнутости // Вопросы философии. — 1996. — № 2. — С. 45.

ПРИЛОЖЕНИЯ

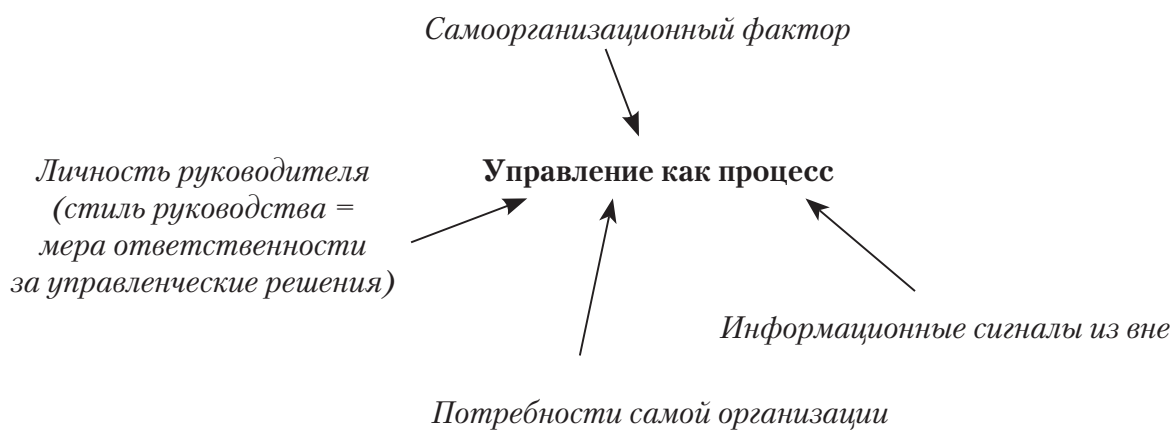
Приложение № 1.

Жизнедеятельность организации. Внешний компонент



Приложение № 2.

Факторное влияние на процесс управления. Внутренний компонент.



Л. ПЕТРИЧУК

студентка III курсу,

Інститут соціальної роботи та управління НПУ

імені М. П. Драгоманова

УЗАГАЛЬНЕНА КЛАСИФІКАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

На сучасному етапі розвитку теорії прийняття рішень існує досить велика кількість класифікацій управлінських рішень (далі УР), і ця розрізненість заважає подальшому розвитку науки. Саме цим і визначається актуальність даної статті.

Мета написання статті — на основі аналізу виявлених підходів створити узагальнену класифікацію УР.

Багатогранність і складність виробничих, соціальних та інших факторів зовнішнього і внутрішнього середовища потребують адекватних дій з боку органу керування фірмою. За таких умов УР можуть бути зовсім різними за формою, спрямованістю, глибиною і часом розробки, прийняттям, реалізацією. Деякі рішення суб'єкт керування приймає швидко, на основі наявного досвіду, інші — після ретельної математичної обробки й обґрунтування. За таких умов упорядкування і класифікація УР стає нагальною необхідною.

Розробкою класифікацій УР займалися багато видатних науковців, проте докладніше зупинимося на класифікаціях УР Рідінської О. В. та Яроміч С. А., Пушкар Р. М., Кузьміна О. Є. та Мельник О. Г., Завадського Й. С., Василенко В. А., Колпакова В. М., Глущенко В. В. та Глущенко І. І., Карданської Н. Л., Смірнова Є. А., Фатхутдінова Р. А., Осовської Г. В. Ці автори виділяють різну кількість та різні ознаки класифікації УР, саме на їх основі будемо формувати узагальнену класифікацію УР.

В основу узагальненої класифікації УР покладемо класифікацію Рідінської О. В. (вона видається найбагатшою за класифікаційними ознаками) [1, 88]. Отже:

1. За сферою охоплення чи масштабом можливих наслідків:
 - загальні (прямо чи опосередковано стосуються всієї організації);

- часткові (стосуються лише деяких структурних підрозділів, певних відділів та служб, локальних проблем).

У Колпакова В. М. загальні рішення визначаються як глобальні, а часткові — як локальні [2, 37]. За часом дії він виділяє дві класифікаційні ознаки: перспективні (стратегічні) та поточні (оперативні), а Завадський І. С. — три: стратегічні, тактичні та оперативні. Для узагальненої класифікації використаємо ознаки, прийняті Завадським І. С. [3, 332].

2. За рівнем прийняття рішень: на вищому (інституційному) рівні управління; на середньому (управлінському); на нижчому (технічному).

3. За характером розв'язуваних завдань:

- програмовані рішення (базуються на звичці, заведеному порядкові або процедурній політиці і ухвалюються за типових обставин);
- непрограмовані рішення (передбачають слабку структуру через брак інформації, незатверджену процедуру та відсутність цілей або завдань).

4. За способом прийняття:

- одноособові (розробляє, приймає та відповідає за прийняте рішення керівник);
- колегіальні (розробляє та пропонує група фахівців, а ухвалює відповідальний менеджер чи кілька адміністраторів);
- колективні (приймаються загальними зборами).

За способом прийняття Завадський І. С. поділяє рішення на індивідуальні й колективні, а Рідінська ще й на колегіальні.

5. За способом обґрунтування:

- інтуїтивні (засновані на відчутті того, що вибір правильний, що є свідченням набутого досвіду, аналізу ситуації та ін.);
- засновані на суб'єктивних міркуваннях (типові для ситуацій, коли менеджер не достатньо компетентний, щоб зробити самостійний аналіз, а тому звертається за допомогою до професіонала);
- раціональні рішення (у їх основі лежать науково обґрунтовані аналітичні процеси; здебільшого бувають найоб'єктивнішими).

Така ж сама класифікація УР наведена в підручниках “Менеджмент” — Пушкар Р. М. [4, 115–116] та “Основи менеджменту” — Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. [5, 219–220].

Далі розглянемо класифікацію Завадського І. С. [3, 332]. Крім тих ознак, що зазначені в класифікації Рідінської О. В., він виділяє ще й такі класифікаційні ознаки:

6. За функціональними призначеннями:

- планові (стосуються планування діяльності організації);
- організаційні рішення (структуруються відносно в організації; визначаються повноваження та відповідальність працівників, коло їх обов'язків; використовують для розподілу виробничих завдань);
- регулюючі (регулюють перебіг процесів в організації, усувають відхилення від запланованого);
- активізуючі (спрямовані на активізацію певних дій персоналу, заохочують до кращого виконання роботи);
- контрольні (стосуються вибору засобів і методів контролю за перебігом процесів).

7. За часом дії:

- стратегічні (прийняті рішення реалізуються протягом кількох років відповідно до стратегічного плану);
- тактичні (реалізуються протягом року);
- оперативні (реалізуються протягом годин, доби).

8. За напрямом впливу:

- внутрішні (спрямовані всередину організації для впливу на стан чи функціонування її внутрішніх складових);
- зовнішні (визначають способи й методи взаємодії організації з зовнішнім середовищем).

9. За характером і змістом:

- творчі (потребують творчого підходу);
- прийняті за аналогією (на основі попереднього досвіду);
- прийняті автоматично (на основі постійної повторюваності).

10. За ступенем повноти інформації:

- прийняті в умовах визначеності (коли керівник напевно знає результат кожного з альтернативних варіантів вибору);
- невизначеності (коли неможливо оцінити ймовірність потенційних результатів);
- ризику (результати рішень не є визначеними, але ймовірність кожного результату відома).

11. За ступенем ефективності:

- оптимальні (ставлять за мету вибір найкращого рішення);
- раціональні (передбачають вибір рішення, яке дасть змогу ліквідувати проблему, але не є найкращим).

12. За методами підготовки:

- креативні (застосовується творчий підхід для генерування ідей щодо знаходження способів розв'язання проблеми);
- евристичні (прийняття рішень через “осяння”);
- репродуктивні (використовують відомі й раніше вживані способи розв'язання проблеми).

Оскільки у Рідінської О. В. та Завадського І. С. відсутня класифікаційна ознака за типом застосовуваних критеріїв і часу (швидкості) вирішення завдань, а Василенко В. А. її виділила, ми включили цю ознаку до узагальненої класифікації [6, 65].

13. За типом застосовуваних критеріїв і часу (швидкості) вирішення завдань:

- а) автоматичні рішення (прийняті миттєво: питання-відповідь);
- б) блис-рішення (прийняті протягом кількох хвилин);
- в) експрес-рішення (приймаються протягом кількох годин);
- г) лонгіровані рішення (вироблення рішень протягом тижнів і місяців).

У Колпакова В. М. ми запозичимо такі класифікаційні ознаки:

14. За колом проблем:

- комплексні, пов'язані зі змінами різних сторін життєдіяльності керованого об'єкта;
- часткові (тематичні), що відносяться до однієї зі сторін діяльності.

15. За змістом: економічні; організаційні; соціальні.

16. За формою:

- письмові рішення (вносять елемент стабільності, упорядкованості і фіксування інформації);
- усні (найбільш оперативна частина управлінського апарату);
- кодовані (наносяться на спеціальні документи, магнітні носії тощо).

17. За станом свідомості особи, яка приймає рішення:

- усвідомлені, прийняті в звичайному стані свідомості;
- малоусвідомлені, прийняті в звичайному стані свідомості, але обрані на основі інтуїції, “осяння” або “шостого почуття”;
- неусвідомлені, прийняті в трансовому стані свідомості (особливих гіпнотичних станах, стані афекту та ін.).

Глущенко В. В. та Глущенко І. І. виділили досить значну кількість класифікаційних ознак, що залишилися поза увагою попередніх авторів [7, 48–51]:

18. За частотою прийняття:

- разові — застосовуються при вирішенні великих проблем, коли встановити дату наступного рішення з цієї проблеми неможливо (наприклад, вступ країни до НАТО);
- циклічні — приймаються для вирішення проблем, що мають відомий цикл (наприклад, один раз в рік приймаються рішення з виконання бюджету поточного року та прийняття бюджету на наступний рік);
- постійні (процесні) — мають місце тоді, коли необхідність у прийнятті рішення виникає випадково з не пов'язаних між собою проблем настільки часто, щоб вважати процес безперервним.

19. За ступенем ефективності:

- неефективні рішення (не призводять до бажаного результату);
- раціональні (ґрунтуються на всесторонньому науковому аналізі, наявності можливостей дослідження проблеми);
- оптимальні (найкращим чином відповідає конкретній ситуації).

20. За можливістю реалізації:

- реалізовані;
- нереалізовані (рішення може бути нереалізованим через відсутність необхідних організації, мотивації, контролю, ресурсів, протидії груп (групового егоїзму), конфліктів тощо).

21. За ступенем ризику: з припустимим, критичним або катастрофічним ризиком.

22. За відповідальністю: юридична (карна або цивільна), соціальна, моральна.

23. За характером ефективності використання ресурсів і технологій:

- ординарні (звичайні) — це рішення, при яких ефективність використання ресурсів на одиницю отриманого ефекту відповідає нормам та нормативам, прийнятих для галузі, що розглядається, та виду діяльності;
- синергічні — це рішення, за яких ефективність використання ресурсів на одиницю отриманого ефекту, що різко зростає, має чітко виражений непропорційно зростаючий характер;
- асинергічні — рішення, що призводять до непропорційного зниження ефективності системи та (або) операції.

24. За ознакою складу і складності реалізації можна виділити рішення:

- прості — реалізовані при виконанні однієї дії;
- процесні — реалізовані при виконанні деякої сукупності взаємозалежних дій.

25. За ознакою і характером обліку або неврахування зміни умов реалізації рішення можуть бути виділені:

- гнучкі рішення, алгоритми реалізації яких заздалегідь, вже при їхньому прийнятті, передбачають різні варіанти дій залежно від умов, що склалися;
- тверді рішення, що мають єдиний варіант реалізації за будь-яких умов і стану суб'єктів і об'єктів керування.

У Карданської Н. Л. ми можемо виокремити лише одну класифікаційну ознаку, не зазначену попередньо [8, 80–82]:

26. За об'єктивно-суб'єктивною ознакою:

- рішення, прийняті державою, охоплюють усе суспільство в цілому, всі його сфери і регулюють поведінку всіх без винятку класів, соціальних груп і окремих громадян;
- рішення, прийняті суб'єктом, що одночасно виступає і як об'єкт. Сюди відносяться, в першу чергу, рішення, прийняті на засадах суспільного самоврядування. В даний час цей процес інтенсивно розвивається, особливо в зв'язку з акціонуванням і загальним підвищенням ролі виробничого колективу.

Розглянемо класифікацію Смірнова Є. А. [9, 25]. У нього ми візьмемо такі класифікаційні ознаки:

27. За причинами:

- ситуаційні (пов'язані з виникненням або зміною певних ситуацій);
- за пропозицією (з появою певних пропозицій);
- за розпорядженням (відповідно до розпорядження керівництва);
- програмні (за попередньо складеною керівництвом програмою);
- ініціативні (керуються волевиявленням та ініціативою).

28. За прогнозованими результатами:

- з визначеним результатом (результат рішення заздалегідь відомий);
- з вірогідним або невизначеним результатом (керівник до кінця не впевнений у ймовірності досягання очікуваного результату).

29. За числом критеріїв:

- однокритеріальні (використовується один критерій);
- багатокритеріальні (використання двох або більше критеріїв).

30. За напрямом впливу: внутрішні і зовнішні.

31. За глибиною впливу:

- однорівневі (стосуються одного рівня організації);
- багаторівневі (стосуються кількох рівнів організації).

32. За використовуваними ресурсами: з обмеженнями, без обмежень.

Проаналізувавши класифікацію Фатхутдінова Р. А., доречно буде використати такі ознаки, як [10, 15–16]:

33. За цілями:

- комерційні (мають на меті отримання прибутку);
- некомерційні (отримання прибутку не є основною метою).

34. За формою відображення: план, програма, наказ, розпорядження, вказівка.

35. За методами формалізації:

- текстові (у вигляді тексту);
- графічні (у вигляді графіків, малюнків та інших графічних засобів);
- математичні (у вигляді формул, чисел тощо).

Осовська Г. В. виділяє не менш важливі ознаки (за наслідками та за кількістю альтернатив), які включаємо до узагальненої класифікації [11, 339]:

36. За наслідками: ризикові, безризикові.

37. За кількістю альтернатив:

- безальтернативні рішення — це такі, які мають лише один варіант дій;
- бінарні — передбачають два протилежні варіанти дій;
- багатоваріантні — мають декілька різних варіантів дій, із яких необхідно вибрати оптимальний;
- інноваційні — штучно складаються з елементів, які підходять, і раніше були відкинуті.

Отже, узагальнюючи основні підходи до класифікації УР, робимо висновок, що створення простої та чіткої класифікації проблематично у зв'язку зі складністю умов і цілей прийняття рішень, їх структури та вимог до них.

Однак наша спроба сформулювати узагальнену класифікацію УР здатна сприяти підвищенню ефективності діяльності управлінців,

оскільки може дати можливість глибше зрозуміти зміст і значення своєї діяльності, раціональніше розподілити час на виконання окремих видів робіт, приймати ефективні рішення у короткі терміни.

In the article are analysed existing in literature classifications of administrative decisions. On this basis an author formulates the own generalized classification. In her were included such classification signs as: by the sphere of scope, behind a level of decision-making, by the way of decision-making, by the way of a substantiation, on functional applicability, on time of action, In a direction of influence, on character and the maintenance, on completeness of the information, by efficiency, behind methods of preparation, behind circle of problems, under the maintenance, in the form, on frequency of acceptance, whenever possible realizations, on a degree of risk, by the responsibility, for the reasons, on the purposes, on methods of formalization, on consequences, by quantity of alternatives.

Література

1. Рідінська О. В., Яроміч С. А. Менеджмент. — Київ: Ельга Ніка-Центр, 2002. — 335 с.
2. Колпаков В. М. Теорія і практика прийняття управлінських рішень: Навч. посіб. — 2-е вид., перероб. і доп. — К.: МАУП, 2004. — 504 с.: іл.
3. Завадський І. С. Менеджмент: Management. — Т. 1. — 2-ге вид. — К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998. — 542 с.
4. Пушкар Р. М., Тарнавська Н. П. Менеджмент: теорія та практика. — 2-ге вид., перероб. і доп. — Тернопіль: Карт-бланш, 2003. — 490 с.
5. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту. — К.: Академвидав, 2003. — 416 с.
6. Василенко В. А. Теорія і практика розробки управлінських рішень: Навч. посіб. — Київ: ЦУЛ, 2002. — 420 с.
7. Глущенко В. В., Глущенко І. І. Разработка управленческого решения. — Железногорск: НППЦ "Крылья", 1997. — 278 с.
8. Карданская Н. Л. Принятие управленческого решения: Учеб. для вузов. — М.: ЮНИТИ, 1999. — 288 с.
9. Смирнов Э. А. Разработка управленческих решений: Учеб. для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 356 с.
10. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения: Учеб. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 314 с.
11. Осовська Г. В. Основи менеджменту: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. — К.: Кондор, 2003. — 556 с.

ПОШУК ЗАСОБІВ УПРАВЛІННЯ ПОЛІТИЧНИМ РОЗВИТКОМ СУСПІЛЬСТВА: АНАЛІЗ КОНЦЕПЦІЙ МІФУ

Трансформаційні процеси торкаються майже усіх сфер життя українського суспільства, подекуди спричиняючи кризові явища. Людська поведінка у таких ситуаціях характеризується змінами у світогляді, поверненням до архаїчного сприйняття дійсності. Це зумовлюється неможливістю раціонально пояснити той нестабільний стан, що виникає внаслідок соціокультурної трансформації. Віра у міфи стає у кризові для суспільства часи особливо сильною, “коли попередні цінності інтенсивно порушуються, а нові тільки починають формуватися” [1, 6]. Для сучасної української дійсності створення такого роду міфів є особливо інтенсивним. Це зумовлено руйнацією старих норм та цінностей і появою вакууму в суспільній свідомості, який і намагаються заповнити міфологією, як однією з основних вроджених характеристик людської свідомості.

Досить поширеною серед вчених є думка про міф як історичний тип світогляду, що передує релігії та філософії. Із “згасанням первісних форм суспільного життя, поділом праці, класовою стратифікацією суспільства міфології стає все важче пояснити зміни соціальної реальності” [2, 5]. У світлі цієї тези міф розглядається як атрибут суспільної свідомості, що відходить у минуле з розвитком цивілізації. Це й зумовило недостатню увагу дослідників до нього. Так, наприклад, такі вчені, як К. Хюбнер, Дж. Віко, Е. Тейлор, Л. Леві-Брюль, Е. Дюркгейм вважають, що міфологічність є характеристикою свідомості первісної людини, сучасному індивіду вона не властива.

Суспільна реальність, що склалася в Європі у другій половині XIX сторіччя, насичена революційними подіями та радикальними змінами суспільного життя, довела необхідність посилення уваги дослідників до міфу. Зростає інтерес до міфології, що стає однією з центральних тем цілої низки філософських вчень (Ф. Ніцше, З. Фрейд,

К. Г. Юнг, Е. Кассіер та інші). Водночас міф вважається негативним явищем, що деструктивно впливає на суспільне життя, перешкоджаючи науковому аналізу дійсності індивідом чи суспільством у цілому (праці Платона, Ф. Бекона, Е. Кассієра, Ж. Сореля, С. Московичи). Подібна тенденція у вивченні міфу має місце і нині, що зумовлює необхідність його дослідження крізь призму об'єктивності наукового аналізу, намагаючись відійти від оціночного ставлення до цього феномена.

У результаті наукового дослідження міфу у руслі етнології, антропології, соціології, аналітичної психології, семіотики та структуралізму виникає велика кількість теорій міфу, що по-різному його трактують. Важливий внесок у вивчення міфу внесли такі вчені, як Р. Барт, З. Фрейд, К. Г. Юнг, Е. Кассієр, М. Еліаде, Л. Леві-Брюль, Е. Дюркгейм, Ж. Сорель, О. Лосєв, В. Пропп, Є. Мелетинський та інші.

Для сучасного міфу, його особливостей та основних характеристик залишається відкритою ціла низка питань, які потребують свого розв'язання. Зокрема, актуальним є вивчення феномена міфу як однієї з атрибутивних характеристик свідомості сучасних українців, що зумовлена трансформаційними процесами.

Трансформаційні зміни, які відбуваються у сучасному житті, призводять до появи цілої низки проблем у різних його сферах, що й зумовлює необхідність вироблення нових ефективних методів управління політичним розвитком українського суспільства. Необхідне не просто визнання існування міфів, а й докладне вивчення їх сутності, функцій, значущості, ролі у сучасному житті, основних характеристик та аспектів, зв'язку з іншими явищами. Це є можливим тільки за умови ретроспективного аналізу концепцій міфу, що ми й спробуємо зробити.

У обмеженій за обсягом статті неможливо й недоцільно розглядати усі теорії з даної проблематики, тому ми обмежимося лише тими, у яких, на наш погляд, досліджено найсуттєвіші моменти цього феномена.

Спочатку визначимося з терміном “міф”. У філософському енциклопедичному словнику можна знайти таке тлумачення: “... архаїчні розповіді про діяння богів і героїв, за якими стояли фантастичні уявлення про світ, про богів та духів, що ним управляють” [3, 378–379].

Основним засобом оволодіння дійсністю у суспільно-родовому мисленні була міфологія — тип світогляду, що містить у своїй основі міф — “...розповідь, плід народної фантазії, у якій явища природи чи культури подані у наївно-лицетворній формі” [4, 69]. Такий погляд на міфологію відбився у науці, тому досить значний час феномен міфу майже не вивчався, що було зумовлено думкою про недоцільність вивчення явища, яке вже відійшло до історії та перестало існувати. Це характерно для праць К. Хюбнера, Е. Тейлора, Л. Леві-Брюля та інших. Хоча, наприклад, вже Платон відзначає існування у суспільній свідомості міфів, акцентуючи увагу на їх раціональній природі. Він робить спробу поділити міфи на досконалі і недосконалі, при чому перші є необхідною складовою філософського мислення, а другі — мають неконструктивне значення і використовуються в оманливих цілях. Саме останні не можна допускати в жодному разі до людей. “Перш за все, мабуть, нам необхідно слідкувати за творцями міфів: якщо їх твір добрий, то ми допустимо його, якщо ж ні, то спростуємо...” [5, 72]. Цікавим, на наш погляд, є твердження Платона про необхідність фільтрації міфів, адже позитивні чи негативні моменти тих міфів, які людина сприймає з дитинства, можуть вплинути на весь хід її подальшого життя.

У деяких античних авторів, наприклад, у Геракліта “йде не заперечення міфу взагалі, а скоріше атеїзм у сьогоденнішому розумінні цього явища” [6, 50]. Визнаючи право міфу на існування, античні автори заперечують його позитивну роль, наголошуючи, що він є обманом свідомості.

Подібне трактування міфу утверджується і в епоху Просвітництва, але вчені того часу йдуть далі від своїх античних колег. Якщо Платон виділяв певну категорію людей, розум яких просто не здатен досягнути всіх нюансів, то для вчених епохи Просвітництва характерною є теза про існування міфів, які здатні обманути будь-який розум, незалежно від того, кому він належить.

У XVII ст. англійський філософ-матеріаліст Ф. Бекон вдається до міфів, щоб проілюструвати свої ідеї у дослідженнях “ідолів свідомості”. Можна вважати концепцію Ф. Бекона про “ідолів свідомості” спробою теоретичного осмислення міфу. “Ідоли, якими захоплена свідомість, бувають або придбаними, або вродженими” [7, 73–74]. Автор наголошує на тому, що викорінити ці два ідоли важко, але можливо, якщо вказати на них, тобто деміфологізувати.

Для цього періоду (XVII ст.) характерна нечисленна кількість концепцій вивчення міфів, звернення до них як до ілюстративного матеріалу. Але ситуація змінюється у XVIII столітті, тоді з'являються різні точки зору на міф. Цікавою є концепція міфу італійського філософа Дж. Віко, який спробував побудувати його філософію. Віко писав, що “у стародавньому світі люди були не здатні формувати поняття і вимушені були створювати поетичні образи. Виникала поетична почуттєва мудрість, фантастична метафізика” [8,18]. Таким чином, автор пов'язує міф із властивостями первісних людей, а саме відсутністю у них конкретних понять, які замінюються поетичними образами, що поступово утворюють міф. Міфологія, на думку вченого, є атрибутивною характеристикою первісної людини. Це, певною мірою, не відповідає реальності, що й було доведено пізніше.

Цікавою, на наш погляд, є концепція Фрідріха Вільгельма Шеллінга, який також зробив спробу створити філософію міфології, проте вона відрізняється від концепції Дж. Віко. Міфологія, за Ф. В. Шеллінгом, щось ціле, яке водночас має поетичний характер. Отже, вчений погоджується з античними авторами, які ототожнювали міфологію і поезію, згадаймо хоча б Платона. Але Шеллінг йде далі від своїх попередників. Він говорить, що міфологія має певне ядро, “сама праріч складається з подій, які належать зовсім іншому порядку речей, не історичному, навіть не людському; герої цих подій — Боги,... — це світ Богів” [9]. У концепції філософії міфології Ф. В. Шеллінга акцентується увага на міфі як істинному процесі, який необхідно пояснювати та досліджувати. Об'єднуюча функція міфу, як він вважає, робить можливим створення колективного духу народу. При цьому автор не вирізняє тих міфів, які створюються не колективною свідомістю, а певними індивідами.

Проте існує й інша точка зору. Цікавою є концепція Мірча Еліаде. У своєму творі “Міф про вічне повернення” він твердить про існування міфічного часу як початку всього сутнісного, коли й відбувалася побудова усього світу [10]. Автор розглядає процес міфологізації історичних особистостей, зокрема, саме міфологічна біографія допомогла Олександрові Македонському отримати усі свої численні перемоги. А це вже натяк на іміджевий міф, як запоруку досягнення успіху. Поняття міфологізації пов'язується автором з явищем історичності. Сама по собі історична подія, якою значною вона не була б, не утримується у народній пам'яті, спогад про неї

спалахує поетичним відображенням тільки у тій мірі, в якій ця подія була наближена у міфічній моделі.

У ХІХ столітті вчені знаходять схожі ознаки між міфами різних часів і народів і намагаються це пояснити. “Характерною рисою тогочасної науки є ідея спільної природи міфів усього людства (теорія Адольфа Бастіана), а також концепція походження всіх міфічних сюжетів з одного джерела (Теодор Бенфей)” [9, 23]. На наш погляд, безглуздо намагатися звести усі міфологічні ідеї світу до однієї єдиної концепції чи спільних коренів. Звичайно, вони мають певні спільні прикмети, але це більше пов’язане з характеристиками людської свідомості.

З положенням про схожість міфології та поезики погоджується В. Вундт, який очолював психологічну школу: “Не можна <...> сумніватися у тісному зв’язку між поезією та міфом, так само як і в тому, що для самої міфологічної свідомості її творіння не просто поетичні вигадки, але реальність” [13, 3]. Вундт одним з перших указав на здатність міфу до відродження, наголошуючи, що подібні властивості людської свідомості будуть проявлятися у будь-який період людської історії за наявності певних умов. Дійсно, людська свідомість має міфологічні характеристики, що й пояснює виникнення і панування нових міфів.

Г. Лебон у своїй праці “Психологія натовпу” вказує на можливість застосування міфів для маніпуляції поведінкою людей у натовпі. Для нього не має значення істинність чи оманливість міфу, адже “важливим стає не механізм виникнення міфу, а механізм його впливу на поведінку натовпу” [8, 24].

Концепція Г. Тарда взагалі випередила свій час. Саме він уперше звернув увагу на величезний вплив на колективну психіку і формування суспільної свідомості засобів масової інформації [8, 24].

Еміль Дюркгейм робить спробу дослідити спільні ознаки у міфології та релігії. У своїй роботі “Елементарні форми релігійного життя” він пише, що навіть ті міфи, які можуть здатися занадто диковинними і незвичними для нас, “виражають якусь людську потребу, якийсь аспект життя, або індивідуального, або соціального” [13]. На його думку, релігія не є неподільною сутністю, а складається з міфів, догм, обрядів та церемоній. Дюркгейм акцентує увагу на природі як моделі міфу, при цьому нівелюючи міф як модель суспільства, не приділяючи йому уваги як невід’ємній атрибутивній характеристиці суспільного життя.

Цей недолік теорії Е. Дюркгейма намагається виправити Ернст Кассіерер. Він наголошує на тому, що первісна логіка не відрізняється від логіки сучасної людини, і в разі нестачі знання з'являються магічні та релігійні ритуали [14, 176]. Тобто, коли люди відчують недостатність інформації, то намагаються доповнити її міфами. Подібну тенденцію вчені помітили давно, і сьогодні вона успішно використовується у різних сферах суспільного життя. Наприклад, за відсутності певної інформації щодо фірми чи організації, її працівники вигадують міфи чи розпускають чутки, які можуть мати як позитивні, так і негативні наслідки. Кассіерер надає великого значення міфу, вважаючи його істиною, а не оманною суспільної свідомості. Та поступово вчений змінює своє ставлення під впливом наслідків Другої світової війни та появою різних концепцій свавілля мас, з якими еліта була у жорстокій конфронтації. Він починає характеризувати міф як страшну силу, що не тільки підпорядковує особистість вождям, але забирає у неї індивідуальність.

Цю ідею в подальшому продовжує Ролан Барт, який у свій книзі “Міфології” стверджує здатність міфу перетворювати історію в ідеологію і намагається пов'язати міфологію з мовою за допомогою поняття “семіотика”. Він наголошує, що міф — “це комунікативна система, повідомлення. Тобто міф не може бути річчю, концептом або ідеєю...” [15, 72]. Цікавою є, на наш погляд, теза про те, що міф може бути давнім, але вічних міфів не існує. Сучасність для Барта є міфологічною. Якщо раніше це була форма суспільної свідомості, то тепер — механізм маніпуляції нею. Тому, на думку вченого, архаїчні міфи мають природний характер, тоді як сучасні є штучними утвореннями. Однією з суттєвих помилок автора є, на нашу думку, невідповідність припущення про існування реальності поза її інтерпретаціями. Реальність та її інтерпретації тісно пов'язані між собою, часто переходять одна в одну. Але великим надбанням політичної науки стало припущення Ролана Барта про існування не просто міфу політичного, а й спроби виявити його суттєві характеристики.

По суті, у XX столітті стався злам у вивченні впливу міфів як засобу маніпуляції суспільною поведінкою. Вчені починають розуміти різні можливості використання ірраціональної сили міфів раціональними засобами.

На думку К. Г. Юнга, давні міфи реконструюються у нові міфологеми. Він одним із перших вказує на позитивну роль міфів, визнає

необхідність їх вивчення, як джерела необмеженого використання матеріалу з пізнання людської психіки. На його думку, потенціал, який міститься у колективному несвідомому, а, відповідно, у міфах, дуже великий. “...Замість прив’язування міфів до готових теоретичних схем ... він відштовхується від міфу, намагаючись не порушити гідність цього явища” [16, 57].

О. Ф. Лосєв намагається досліджувати міф таким як він є, тобто необхідною умовою життя і думки, у якій немає нічого раптового, непотрібного, фантастичного, а тому його не можна сприймати як вигадку чи фікцію. Вчений заперечує тотожність науки та міфології, якщо наука веде боротьбу з міфологією, то тим самим “одна міфологія веде боротьбу з іншою” [17, 176]. На наш погляд, наука є певним засобом деміфологізації, тому що руйнування одного міфу спричиняє створення контрміфу.

Таким чином, наприкінці XX століття інтерес до міфу зростає. Пов’язано це з досягненням політичними технологіями таких висот, що можна говорити про маніпуляції суспільною свідомістю, як про масштабне явище. Найрізноманітніші міфи вживлюються в суспільну свідомість за допомогою різних засобів. Але варто також зазначити, що і нині вчені продовжують відхрещуватися від міфу, вважаючи його “патологією”, що порушує моральні й політичні основи суспільства. Необхідно реставрувати поняття міфу, спираючись на його справжні історичні змістові засади.

Спробувавши проаналізувати численні концепції міфу, можна зробити висновок, що міф — це технологія пристосування нового відповідно до системи норм, цінностей, знань, переконань як конкретної людини, так і суспільства в цілому. Міф може виникати як природно, що зумовлено міфологічністю людської свідомості, так і насаджуватися штучно, в інтересах окремих індивідів з метою маніпуляції суспільною думкою. Цей аспект міфу зумовлює необхідність вивчення процесу створення штучних міфів, які ще тільки починають досліджувати. Оволодіння ним є запорукою ефективного управління розвитком суспільства.

Міф — це спроба спорудження мосту між старим та новим. Найбільш часто міфи мають вигляд системи оповідань про минуле, які допомагають усвідомити та оволодіти сучасними реаліями.

За умов переходу українського суспільства до якісно нового етапу свого розвитку і виникнення проблем у різних сферах суспільно-

го життя, управління процесом міфологізації свідомості зробить можливим ефективно управління політичним розвитком суспільства загалом. Водночас необхідно ретельно досліджувати причини та фактори виникнення міфів, здійснити їх класифікацію, чому нині майже не приділяється уваги.

Слід не тільки визнати позитивну для суспільства роль міфів, а й розробити чіткі технології їх використання.

The article is devoted to historical analysis of the theory of myth. We have researched how changing of social life and process of origin myths are associate. That is an important feature of individual and mass consciousness myths is considerate as inalienable characteristic of modern Ukrainian reality. We have considered theories of myths that reflect this phenomenon in the most thorough way. We have motivated that it's important to learn myths, because it helps to run the political development of modern Ukrainian society.

Література

1. Косарев А. Ф. Философия мифа. Мифология и ее эвристическая значимость / Под ред. И. И. Ремезова. — М.: Университетская книга: Perse, 2000. — 303 с.
2. История философии: конспект лекций. Учеб. пособие / Под общ. ред. В. И. Воловика. — Запорожье: ЗГУ, 1993. — 320 с.
3. Философский энциклопедический словарь / Гл. редакция: Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов — М.: Сов. Энциклопедия, 1983. — 840 с.
4. Краткий философский словарь // Ред.-состав. В. И. Воловик, Г. В. Воловик. — Запорожье: Просвита, 2004. — 140 с.
5. Платон. Государство // Платон. Государство. Законы. Политика / Предисл. Е. И. Темнова. — М.: Мысль, 1998. — С. 63–382.
6. Кессиди Ф. Х. От мифа к логосу (Становление греческой философии). — М.: Мысль, 1972. — 312 с.
7. Бекон Ф. Великое восстановление наук // Бекон Ф. Сочинения: В 2-х т. — Т. 1. — 426 с.
8. Кольев А. Политическая мифология: Реализация социального опыта. — М.: Логос, 2003. — 384 с.
9. Шеллинг Ф. Историко-критическое введение в мифологию истории. \

www.philosophy.ru/library/shel\01\0.html

10. *Елиаде М.* Миф о вечном возвращении. [http:// nz-biblio. narod. ru/html/eliade1/predisl. htm](http://nz-biblio.narod.ru/html/eliade1/predisl.htm)
11. *Леви-Стросс К.* Отношения симметрии между ритуалами и верованиями отдельных народов /www.philosophy.ru/library/lc/myth.html
12. *Еремина В. И.* Миф и народная песня. // Миф — фольклор — литература: [Сб. статей] / АН СССР, Ин-т рус. лит. (Пушкин. дом) / [Редкол.: В. Г. Базанов (отв. ред.) и др.]. — Л.: Наука, 1978. — 250 с.
13. *Дюркгейм Е.* Элементарные формы религиозной жизни. Тотемистическая система в современной Австралии. [\soc.lib.ru\index.htm](http://soc.lib.ru/index.htm).
14. *Щербаков А. А.* Место мифа в политической идеологии // ПОЛИС. — 2003. — № 4. — С. 170–182.
15. *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Пер. с фр. — М.: Прогресс, 1989. — 615 с.
16. *Бреусенко-Кузнецов А. А.* К проблеме реконструкции естественного мифа в сфере геополитики // Вісник НТУУ “КПІ” / Філософія. Психологія. Педагогіка. — Вип. 3. — 2004. — С. 50–64.
17. *Лосев А. Ф.* Диалектика мифа // Философия. Мифология. Культура / Авт. вступ. ст. А. А. Тахо-Годи. — М.: Политиздат, 1991. — 524 с.

О. ФІЛОНЕНКО

*студентка III курсу,
Інститут соціальної роботи та управління НПУ
імені М. П. Драгоманова*

АЛГОРИТМ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЗА РІЗНИХ СТИЛІВ ЛІДЕРСТВА В ОРГАНІЗАЦІЇ

Однією з ключових проблем досягнення організаційної ефективності в соціології організацій та управління є проблема лідерства. Лідерство — це вид взаємодії між лідером та його послідовниками, що спонукає людей до досягнення певної спільної мети і є тим видом діяльності, яким просякнута вся система управління. Неможливо виконувати функції планування, організації, мотивації і контролю, якщо немає ефективного керівництва і лідерів, здатних заохочувати інших працівників, позитивно впливати на них і вести за собою для досягнення бажаних сприятливих кінцевих результатів.

На сучасному етапі розвитку економіки України постала необхідність досягти максимальної організаційної ефективності. Адже не всі організації, що функціонують у різних сферах економіки, є процвітаючими, прибутковими та мають сталий дохід.

Лідерство стало об'єктом дослідження соціальних наук, коли на початку 20-го сторіччя почали вивчати управління. Між 1930 і 1950 роками проблема вивчалася у великих масштабах і на систематичній основі [1, 89].

Якщо поглянути на історію XX ст. як на заміну одних лідерів іншими, в ній можна виділити чотири періоди:

- 1) 1900–1930: вплив теорії вродженої величі (згідно з якою історією управляють великі особи);
- 2) 1930–1970: вплив теорії біхевіоризму (лідер як зразок і організатор певної поведінки);
- 3) 1970–1980: вплив теорії випадковостей (ситуативне лідерство);
- 4) 1990-і: лідер — менеджер (зведення цих понять до синонімів) [3, 6]

Ця тема більш докладно розроблена зарубіжними фахівцями, такими, як: Р. Танненбаум, І. Вешлер і Ф. Масарик, Пітер Друкер, Ф. Фідлер, В. Врум, Ф. Йеттон, М. Мескон, П. Херсі і К. Бланшард. Вони створили моделі та висунули теорії, що отримали світове визнання.

Водночас треба визнати, що вплив лідерства на організаційне управління досліджується лише загально, без виокремлення певних елементів управлінської діяльності. Скажімо, нині виникла нагальна потреба вивчити особливості прийняття управлінських рішень залежно від стилю лідерства.

Ми використовуватимемо алгоритм прийняття управлінських рішень, що складається з трьох стадій, які охоплюють усі необхідні етапи і допомагають уникнути помилок.

На першій стадії (“Визнання необхідності рішення”) здійснюються такі процеси, як: сприйняття і визнання проблеми, її інтерпретація і формулювання та визначення критеріїв успішного рішення. Друга стадія (“Розробка рішення”) включає в себе такі етапи, як: розробка, оцінка і вибір альтернатив. На третій же стадії (“Виконання рішення”) відбувається організація і виконання рішення, аналіз і контроль за його виконанням, зворотній зв’язок і коригування [2, 395].

У цьому дослідженні за основу взято класифікацію стилів лідерства Врума — Йеттона — Яго, вони виділені за таким критерієм, як ступінь залучення підлеглих до процесу прийняття рішень. На відміну від інших класифікацій, саме ця безпосередньо стосується прийняття управлінських рішень і з її допомогою буде зручно показати зв’язок стилів лідерства особи, яка приймає рішення, і особливості етапів процесу їх прийняття.

Така модель пропонує використання дерева рішень для визначення лідерського стилю, який найбільше відповідає ситуації, що склалася (див. рис. 1).

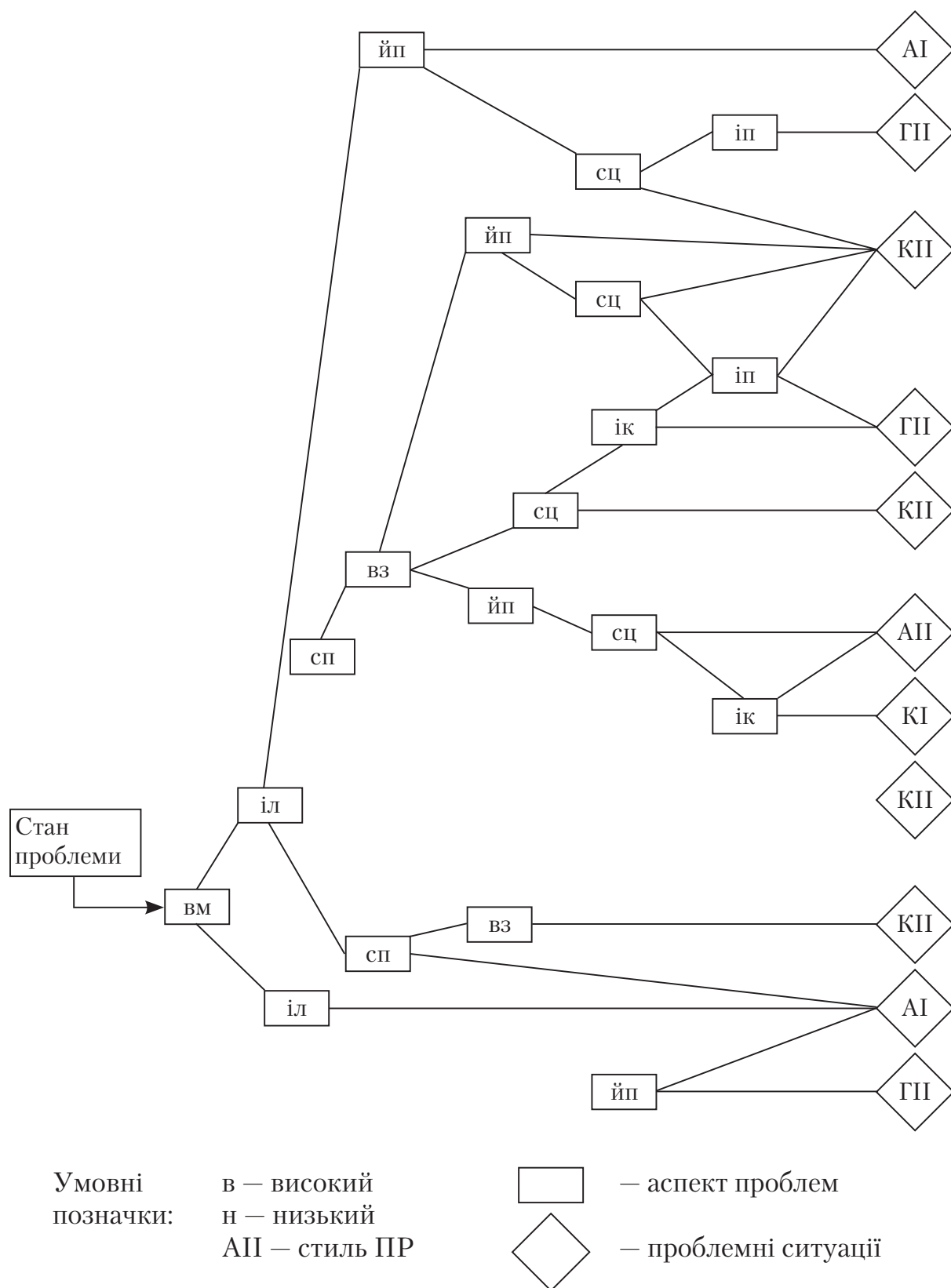


Рис. 1. Дерево рішень Врума-Іеттона-Яго

Аспекти проблеми:

ВМ	Вимоги до методу	Який рівень вимог до методу прийняття рішень?
ВЗ	Вимоги до зобов'язань	Який рівень зобов'язань підлеглих в передбачуваному рішенні?
ТО	Інформованість лідера	Якою мірою лідер володіє необхідною інформацією для прийняття рішення?
ІЛ	Структурованість проблеми	Який рівень структурованості проблеми?
ЙП	Ймовірність підкорення	З якою ймовірністю можна очікувати, що підлеглі візьмуть на себе зобов'язання щодо здійснення одноосібного рішення?
СЦ	Спільність цілей	Якою мірою підлеглі згодні з тим, що рішення з проблеми відповідає інтересам усієї групи чи організації?
ІК	Ймовірність конфлікту	Чи існує ймовірність конфлікту між підлеглими в разі прийняття такого рішення?
ІП	Інформованість підлеглих	Якою мірою підлеглі володіють необхідною інформацією для прийняття рішення?

Для прийняття рішень в моделі залежно від ситуації і ступеня залучення підлеглих пропонується використовувати п'ять стилів лідерства:

АІ (автократичний І). Лідер приймає рішення одноособово, спираючись на наявну інформацію та власний досвід.

АІІ (автократичний ІІ). Лідер отримує необхідну інформацію від підлеглих і потім приймає рішення. Працівники залучаються тільки до збирання інформації. Розробку рішення і його прийняття здійснює лідер.

КІ (консультативний І). Лідер на індивідуальній основі спілкується з підлеглими, що мають відношення до проблеми, отримує від них ідеї та пропозиції, потім особисто приймає рішення, яке може враховувати або ні думку підлеглих.

КІІ (консультативний ІІ). Лідер спілкується з підлеглими, зібравши їх разом, вислуховує їхні ідеї та пропозиції, потім особисто приймає рішення, в якому можуть бути враховані або ні їхні міркування, пропозиції та ідеї.

ГІІ (груповий). Лідер спілкується з підлеглими у групі, вони спільно виробляють і оцінюють альтернативи і намагаються досягти

консенсусу. Лідер ніби голова зборів координує дискусію і робить все для того, щоб розглядалися найважливіші аспекти проблеми. Він не намагається впливати на групу з тим, щоб вона прийняла саме його рішення, а готовий прийняти й виконати будь-яке рішення, що отримало підтримку групи [2, 511].

Зважаючи на вищезазначені характеристики та аналіз загального алгоритму процесу прийняття управлінських рішень, можна зробити певні висновки щодо поведінки лідерів у процесі прийняття рішень.

Отже, **автократичний І**, на нашу думку, є ефективним у тому випадку, коли наявна стандартна, структурована або кризова ситуація, що вимагає негайного прийняття рішення і беззаперечного його виконання, та за високої інформованості лідера. А негатив полягає в тому, що в таких рішеннях не враховується думка підлеглих. Це спричиняє певний суб'єктивізм, не опрацьовується достатня кількість альтернатив, що може спричинити ризик прийняття неефективного рішення, внаслідок чого проблема залишиться невирішеною. Специфікою такого алгоритму прийняття управлінських рішень є те, що в ньому відсутній етап збирання необхідної інформації.

На нашу думку, такого стилю краще уникати, якщо обставини, що склалися, це дозволяють, адже дуже важливо зібрати та проаналізувати інформацію, що надходить на час діагностики проблеми. Це дозволяє побачити реальний стан справ, проаналізувати проблему з різних боків та розробити таку альтернативу, яка справді виправить небажану ситуацію, що склалася. А при зміні ситуації вчасно отримана інформація допоможе оперативно підкоригувати розроблену альтернативу відповідно до нових умов.

Стиль лідерства **автократичний ІІ**. Специфіка даного алгоритму прийняття управлінських рішень полягає в тому, що на етапі вивчення ситуації, яка може призвести до виникнення проблеми, підлеглі збирають повну інформацію про неї, визначають причини її виникнення. Взагалі недоліки цього стилю майже дублюють недоліки першого, а саме не враховується думка підлеглих, керівник не радиться з ними під час розробки та вибору альтернатив (а їх варіантів може бути багато, серед них і той, що допоможе найкраще вирішити проблему).

При **консультативному (І)** стилі лідерства керівник при визнанні проблеми, її формулюванні та розробці альтернатив уже поклада-

ється не тільки на свій досвід та знання, а й прислухається до ідей та пропозицій своїх підлеглих, проте може їх і не враховувати при прийнятті рішень.

За **консультативного (II)** стилю лідерства керівник лише радиться зі своїми підлеглими з приводу різних варіантів вирішення проблеми, але при прийнятті управлінського рішення може взагалі не врахувати тих ідей, що були подані його підлеглими, і вчинити так, як він вважає за необхідне.

Якщо ж особа, яка приймає рішення, обирає такий стиль лідерства, як **груповий**, тоді підлеглі залучаються до розробки, оцінки і вибору альтернатив, намагаються досягти консенсусу відносно управлінського рішення. Такий стиль можна застосовувати тоді, коли лідер та підлеглі добре поінформовані стосовно проблеми, а також за низької ймовірності підкорення підлеглих, тобто є сумніви, що вони візьмуть на себе зобов'язання виконувати одноосібне рішення.

Особливість алгоритму прийняття управлінських рішень при груповому стилі лідерства проявляється в тому, що підлеглі беруть активну всебічну участь у процесі прийняття управлінського рішення. Така необхідність з'являється тоді, коли виникає проблема, механізму вирішення якої на даний час у керівника не існує і тому необхідний творчий підхід до її розв'язання. Саме за такого стилю стає можливим застосування методів творчого пошуку альтернатив, таких як "мозкова атака", методів вільних асоціацій, ключових питань і т. д. Керівник при цьому сам створює творчу атмосферу, координує увагу підлеглих на проблемі і робить все для того, щоб розглядалися найважливіші її аспекти.

Отже, можна зробити висновок, що у процесі прийняття управлінських рішень деякі етапи можуть мати певні особливості, залежно від обраного стилю лідерства особи, яка приймає рішення. Також можна відзначити, що єдиного оптимального стилю лідерства ми виявити не змогли, оскільки критерії оптимальності кожного стилю змінюються залежно від ситуації, що склалася на той час в організації.

У ході дослідження виявилися певні недоліки у різних стилів лідерства, але вони виправдовуються тим, що кожен стиль є оптимальним для певної ситуації зі своїм набором умов, в яких інший стиль лідерської поведінки особи, що приймає рішення, не дасть необхідних результатів. Адже різні ситуації сучасного економічного життя

диктують свої критерії ефективності окремих стилів поведінки лідера, що і примушує керівників діяти так, а не інакше та обирати стиль лідерства відповідно до ситуації, що склалася на даний час в організації.

In the article the dependence of acceptances of administrative decisions from style of leadership is analyzed. Thus such stages of decision-making are allocated: a recognition of necessity of the decision, development of the decision and execution of the decision. Classification of styles of leadership by Vroom-Jetton-Jago is put in a basis of the analysis.

Література

1. Максимцов М. М., Игнатъева А. В. Менеджмент. — М.: ЮНИТИ, 1998. — 343 с.
2. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент. — М.: Экономистъ, 2003. — 528 с.
3. Туленков М. В. Вступ до теорії та практики менеджменту. — К.: МАУП, 1998. — 136 с.

А. ТКАЧ

студентка III курсу,

Інститут соціальної роботи та управління НПУ

імені М. П. Драгоманова

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ТА ЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ВИЩИМ КЕРІВНИЦТВОМ

Актуальність дослідження соціально-психологічних та етичних засад прийняття управлінських рішень вищим керівництвом обумовлена тим, що на сьогодні кожне третє нереалізоване рішення пов'язане з огріхами під час їх розроблення [1, 52]. Темпи господарської діяльності з кожним днем прискорюються, що висуває підвищені вимоги до колективу і його працездатності, до психологічної стійкості людини, її комунікабельності, гнучкості і неординарності мислення. Щоб полегшити психологічний тиск на керовану систему та підвищити ефективність її роботи вище керівництво в процесі підготовки та реалізації управлінського рішення (далі — УР) повинно вміти опрацьовувати УР з соціально-психологічної точки зору і при цьому дотримуватися правил етики, тобто забезпечити погодження потреб та інтересів управляючої і керованої систем, досягнення необхідного рівня соціальної справедливості. Оскільки саме від цього залежить — взаємодіятиме чи протидіятиме виконавець керованій системі. Тому якщо керівник вищої ланки справді хоче бути найкращим і досягати максимальних результатів при мінімальних затратах часу, ресурсів та зусиль, він повинен спиратися при прийнятті УР на соціально-психологічні та етичні засади.

Проте недостатнє використання соціально-психологічних та етичних засад прийняття рішень вищим керівництвом являє собою проблемну ситуацію, актуальну для сучасного менеджменту.

Розробкою даної проблеми займалися Роберт Оуен, Адам Сміт, Бентам, Еріх Фромм, Ельтон Мейо, Фріц Ретлісберг, Мері Паркер Фоллет, Кріс Арджирис, Ренсон Лайкерт, Дуглас Мак-Грегор та Фредерік Герцберг.

Вперше у 1794 р. Роберт Оуен звернув увагу на значення людського чинника для фірми: гроші, витрачені на поліпшення соціально-психологічних умов праці, підвищення кваліфікації робочої сили, дадуть п'ятдесят, у багатьох випадках і сто відсотків прибутку [2, 198]. Сміт ототожнював мораль з природним порядком, який ставить особисті інтереси вище за колективні. На початку ХІХ ст. в Англії виникло вчення про деонтологію, автором якого був Бентам (1748–1832). Свою деонтологію як навчання про особисто належне в поведінці індивіда він протиставив етиці, як суспільно належному в поведінці і відносинах людей. Деонтологія вивчає і формує правила посадової поведінки, фіксуючи їх у відповідних інструкціях. Еріх Фромм у роботі “Бути або мати” показав, що сучасний “розвинений капіталізм” створив людину з “ринковим характером”, мета якої якомога дорожче себе продати [3, 86–90]. У подальшому питання соціально-психологічних та етичних засад менеджменту взагалі (а в його межах і прийняття управлінських рішень) акцентувались у працях шкіл людських відносин та поведінкових наук. Серед сучасних розробок слід назвати дослідження Смірнова Є. А., який розглядав соціально-психологічні та етичні засади підготовки управлінських рішень, та Дерлоу Д. (етичні).

Проте не розглянуто соціально-психологічні та етичні засади прийняття управлінських рішень (далі — ПУР) саме вищим керівництвом, а не керівництвом взагалі будь-якої ланки управління. Частіше до методів досягнення взаємодії з персоналом при ПУР вдаються менеджери середньої або нижчої ланок, оскільки вони взаємодіють з виконавцями безпосередньо. Але ми вважаємо, що це насамперед має робити вище керівництво, оскільки як воно подасть своє рішення менеджерам середньої та нижчої ланок, так ті і донесуть його до виконавців. Отже, слід контролювати, щоб ланцюжок почався і закінчився так, як заплановано, з урахуванням інтересів і можливостей тих рівнів управління, на які буде покладено відповідальність за виконання УР.

В процесі підготовки та реалізації УР керівник може відчутти протидію або взаємодію потенційних виконавців і споживачів рішення. Їх реакція залежить від соціально-психологічного опрацювання УР вищим керівництвом, завдання якого — забезпечити погодженість потреб та інтересів управляючої і керованої систем, досягти необхідного рівня соціальної справедливості.

Соціально-психологічна узгодженість може бути відображена в тексті управлінського рішення як його складова частина або створена в процесі підготовки і реалізації рішення як зовнішня аура.

Щодо першого варіанта: до тексту УР, крім констатуючої та розпорядчої частин, вводять ще й так звану соціально-психологічну. При застосуванні другого варіанта керівник формує соціально-психологічну узгодженість за рахунок додаткових заходів організаційного, економічного, соціального та психологічного характеру, наприклад, переконує виконавців в актуальності УР або сам бере активну участь у його підготовці.

Узгодженість досягається за рахунок залучення соціологічних і психологічних методів управління при реалізації УР. Дані методи засновані на задоволенні соціальних потреб і інтересів як окремої людини, так і колективу. Нагадаємо, що для людини — це потреба в порядку, стабільності, інформації, безпеці, управлінні, творчій праці, вірі, любові, сім'ї, знаннях, патріотизмі, спілкуванні, самовираженні тощо. До соціальних потреб колективу відносяться: організація і управління, саморозвиток, безпека і додатковий продукт.

Узгодженість, зокрема, може бути досягнута за рахунок виконання *правил риторики*. Їх суть полягає в наступному:

- 1) основна маса пропозицій, що є складовою наказу або усного виступу керівника, повинна включати 6–9 слів;
- 2) пропозиції мають бути повними за побудовою: іменники, дієслова, прикметники, прийменники та інші;
- 3) текст виступу має містити елементи заінтересованості кожної присутньої людини;
- 4) час виступу повинен відповідати важливості теми;
- 5) виступ має бути емоційним і рішучим;
- 6) в процесі виступу бажано окрім закритих запитань (самому собі) ставити і відкриті запитання до аудиторії;
- 7) виступ повинен бути переважно публічним, тобто встановленням зорового контакту з аудиторією;
- 8) темп виступу треба розраховувати так, щоб слухачі мали час обдумати деякі пропозиції [4, 11–113].

Розглянемо етичні засади ПУР вищим керівництвом. Деякі рішення особливо важко приймати, наприклад, ті, що стосуються зменшення зарплати. Однак це одні з найважливіших рішень, з якими вищому керівництву доводиться мати справу. Тому варто зрозуміти, чому етичний бік прийняття таких рішень досить важливий. З

одного боку, компанії зазнають дедалі більшого тиску з боку засобів масової інформації, уряду та громадської думки, змушені відповідати перед ними за свої рішення та виправдовувати їх.

В Америці, наприклад, федеральними рекомендаціями щодо покарань, затверджених Конгресом в 1991 році, за відсутність у компанії етичних програм передбачено покарання у 80 разів вище, ніж за порушення стандартів та інструкцій.

З іншого боку, зараз багато менеджерів вищої ланки (та й простих працівників) мають набагато ширше коло повноважень, ніж можна було уявити собі раніше. Більше того, зникли традиційні обмеження та способи контролю, а на зміну їм прийшла самостійність. Тому моральне обличчя компанії дедалі більше визначається особистими якостями окремого менеджера.

Недоліком подібної ситуації є те, що зростає тиск бізнесового світу на вище керівництво, оскільки воно працює за умов, що спонукають досягати мети будь-якими засобами. А балансувати між етичним та економічним полюсами — це непроста справа.

Єдиним виходом із такої ситуації є пошук шляхів перетворення етики на ключову цінність компанії, якій надається пріоритет у процесі прийняття рішень. Тому логічно буде виділити етичні засади ПУР саме для вищого керівництва, оскільки саме воно визначає мету діяльності організації і є прикладом для менеджерів нижчих рівнів:

- 1) відвертість, чесність, вірність слову, поважання законів, уміння вести бізнес;
- 2) формування взаємовідносин між керівництвом і підпорядкованим колективом на засадах взаємодопомоги і вимогливості, незалежно від ієрархічного становища, з метою досягнення спільної мети;
- 3) усвідомлення своєї відповідальності за наслідки роботи на засадах взаємоповаги, взаєморозуміння, взаємовимогливості;
- 4) дбати не лише про підвищення продуктивності праці чи прибутку, а й про довкілля, персонал;
- 5) прийняте рішення щодо конкуренції повинно бути чітко сформульоване та відповідати моральним цінностям;
- 6) при ПУР використовувати легальні методи отримання інформації про конкурентів, постачальників тощо;
- 7) при ПУР щодо продукції (робіт, послуг) дбати про її якісні властивості, як коротко-, так і довготермінові.

Етичні засади ПУР можна визначити словами Стенлі Кабра, директора Інституту ділової етики: “Бізнес-етика — це звичайна етика, застосована відповідно до умов бізнесу. Згідно з “правилом великого пальця” все, що ви бажали б приховати, найімовірніше є неетичним”.

Був час, коли керівництво компаній вважало, що незаперечним арбітром у питаннях етики є закон. Нині стверджувати, що етичним є будь-який вчинок компанії, що не є незаконним, було б не правильно. Тому вище керівництво кожної організації зобов’язане зробити низку практичних кроків до створення та забезпечення функціонування етичної основи прийняття рішень.

У “*Harvard Business Review*” за листопад-грудень 1981 року Л. Неш пропонував кілька спрямовуючих запитань, що дозволяють оцінити етичність бізнесових рішень:

- 1) Чи достатньо точно визначена проблема?
- 2) Як би ви окреслили цю проблему, якби були по той бік “барикад”?
- 3) Як склалася така ситуація?
- 4) Кому/чому вам слід, вирішуючи проблему, засвідчити свою лояльність як члену певної організації?
- 5) Якою є ваша мета у порівнянні з можливим результатом?
- 6) Як співвідноситься ваша мета з можливим результатом?
- 7) Кому можуть зашкодити наслідки вашого рішення?
- 8) Чи можете ви перед прийняттям рішення обговорити проблему з заінтересованими сторонами?
- 9) Чи впевнені ви, що через певний час ваше рішення здаватиметься таким же правильним, як тепер?
- 10) Чи можете ви, не вагаючись, повідомити про своє рішення раду директорів, чи готові ви розповісти про нього вашій сім’ї, громадськості загалом?
- 11) Наскільки символічним буде ваш вчинок, якщо його зрозуміють? Якщо не зрозуміють?
- 12) За яких умов ви допускаєте винятки?

Ці запитання дозволяють перевірити на коректність будь-яке рішення.

На сьогодні міцність етичної основи для прийняття рішення у кожній конкретній організації залежить від вміння менеджера відрізнити правильні вчинки від неправильних. Більшість людей легко розрізняє біле та чорне, проте зони сірого, невизначеного кольору, вже спричиняють проблеми. Одним із виходів з таких ситуацій є

дискусії про етичні аспекти рішень, рольові ігри, тренінги, створення етичних кодексів та інше.

Американська освітня організація Центр етичних ресурсів пропонує 12 кроків у напрямі розробки кожною з організацій власної етичної програми при прийнятті управлінських рішень вищим керівництвом [5, 195–204]:

- 1) формулювання бачення майбутнього;
- 2) визначення базових цінностей;
- 3) розробка корпоративного етичного кодексу;
- 4) створення служби або призначення працівника з питань етики;
- 5) створення команди/комітету оперативного вирішення етичних питань;
- 6) розробка стратегії етичного спілкування;
- 7) проведення тренінгів з етики;
- 8) створення “гарячої” телефонної лінії етичної допомоги;
- 9) вироблення системи оцінок та нагород;
- 10) створення систем контролю та реєстрації даних;
- 11) проведення періодичних оцінювань;
- 12) запровадження етичного стилю керівництва.

Для забезпечення взаємодії між вищим керівництвом та персоналом при ПУР потрібно керівництву використовувати соціально-психологічні та етичні методи, а саме: управління соціально-масовими процесами, внутрішньогруповими явищами і процесами, методи управління індивідуально-особистісною поведінкою. А також УР повинне базуватися на етичній основі з використанням відповідних етичних методів, основу яких складають моральні цінності у вигляді норм, принципів, ідеалів, понять добра і зла, уявлень про справедливість та щастя.

Слід зазначити, що нині є ще чимало недосліджених питань, що стосуються даної теми. Скажімо, слід звернути увагу на соціально-психологічні та етичні засади ПУР керівниками підрозділів організації чи менеджерів нижчої ланки управління.

In article substantiated necessities to make use of social-psychology and ethics fundamentals by accept management decision. According to form list chief with them. The attentions appeal to important social-psychology co-ordinate management decision with personnel too.

Література

1. *Шегда А. В.* Менеджмент. — К.: Знання, 2002. — 583 с.
2. *Кредісов А. І.* Історія вчень менеджменту: Підруч. для вищ. навч. заклад. — К.: Знання України, 2001. — 300 с.
3. *Макеєва О. В.* Етика. — К.: Знання України, 1998. — 210 с.
4. *Смирнов Е. А.* Управленческие решения. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 264 с.
5. *Дерлоу Д.* Ключові управлінські рішення. — К.: Наук. думка, 2001. — 248 с.

Я. КЕРУНЕЦЬ

студентка I курсу,

Інститут соціальної роботи та управління НПУ

імені М. П. Драгоманова

ГЕНОЦИД ЄВРЕЙСЬКОЇ ОБЩИНИ МУКАЧЕВОГО ПІД ЧАС ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ (соціологічні узагальнення)

Соціологія — молода наука, що вивчає найскладніший, наймінливіший об'єкт — людське суспільство, його структуру, закони розвитку, поведінку конкретної людини. Це та наука, яка формує та утверджує погляд на громадянське суспільство як взаємопов'язану цілісність, з'ясовує місце та функції кожного соціального явища і процесу, дає людям потрібні орієнтири, допомагає зрозуміти обставини життя, що їх оточують у безмежному процесі людських взаємин [14]. У соціології існує особлива специфічна наука, що виникла на межі етнографії і соціології. Етносоціологія — наука, що досліджує походження, суть і функції різних етнічних спільнот з метою виявлення основних тенденцій їх утворення, розвитку та взаємозв'язків з іншими етносами, а також механізмів їх входження у систему соціальних відносин. Специфіка етносоціології полягає в тому, що вона вивчає особливості і форми суспільного життя етносів, народів та інших етнічних утворень як сукупних історичних суб'єктів [14].

Серед етносів, які заселяють територію України вже понад два тисячоліття, виокремимо євреїв, які й донині зберегли свою національну та духовну сутність.

Вибір теми обумовлений бажанням дослідити життя євреїв України на прикладі мукачівської єврейської общини і тим, щоб з'ясувати, як соціологія трактує всі складнощі, що випали на долю цього народу.

Цього року ми відзначали 61 рік від дня історичної перемоги над режимом, який ідеологію переваги людини над людиною зробив державною. Перемігши нацизм, люди уважно зазирали у безодню Бабиного Яру, побачивши всі страхиття, які несуть творці геноциду. Геноцид назавжди залишиться в пам'яті людства. Однак ніхто не

може бути певен у тому, що колись не настане такий час, коли прийде до влади новий Гітлер, і що якийсь інший народ не стане його лютим ворогом...

Проблемою взаємовідносин однієї нації з іншою і породжені ними явища вивчали: німецький філософ, соціолог, мислитель Й. Гердер (“Історія шести поколінь”), історик, філософ, соціолог Г. Гегель (“Народний дух”), безпосередньо вивчали взаємовідносини єврейського народу з іншими націями російсько-американський соціолог П. Сорокін, італійський соціолог, філософ В. Ф. Паретто, англійський вчений, політик Х. Чемберлен, французький філософ Ж. Гобіно.

Питанню взаємовідносин єврейського народу з іншими етносами надається у соціології особливе місце. Першим почав плідно займатися цією проблемою Р. Дариндорф [8]. Аспекти, які він розглянув, і є вихідними в даній статті, а саме:

- євреї — “обраний Богом народ”, хто вони і звідки;
- в чому вина єврейської еліти;
- перші вигнання єврейської громади;
- відносини євреїв з іншими народами в далеких від рідного краю землях;
- геноцид; євреї — люті вороги фюрера.

Однак попри великий обсяг дослідженого матеріалу, певні складові проблеми залишилися не те що поза увагою, але не так широко розроблені. Ось деякі з них: чи євреї вважають себе винними в неоднозначному ставленні до них, хто і що спричинило таке ставлення.

Мета статті: дослідити з точки зору соціології таке жахливе явище суспільного життя людства, як геноцид, перегорнути сторінки історії та побачити, з чого все починалось.

Єрусалим, як стверджують, колись був щасливим куточком планети, рідним домом єврейського народу. На землі Ізраїлю народився Ісус Христос. Євреї, за Старим Заповітом, вважають себе обраним Богом народом [6]. В ті далекі часи верхівка, еліта іудейського народу складалася з кількох рабинів. Це була могутня, хитра, але не достатньо мудра еліта. Деякі вчені, історики, соціологи вважають, що саме через їхню зверхність і зухвалість щодо інших народів почалися гоніння іудеїв. Розглядаючи теорію кругообігу еліт, розроблену В. Ф. Паретто, можна помітити, що в єврейській общині спостерігався застій, дуже тривалий час не ставалося змін у вищих прошарках єврейського суспільства, а якщо і відбувалися зрушення, то мали, здебільшого, консервативний характер. Рабини вважали своєю головною

зброєю завчений на пам'ять вислів “євреї — обраний Богом народ”. Та світ не погодився на такі умови гри [16]. Переслідуваний опиняється в різних куточках земної кулі. Але жоден з євреїв ніколи не втрачав зв'язок з іншими членами своєї громади, де б вони не були. Такий вже високий у них рівень згуртованості [17].

Єврейський народ піднявся, його культура осяяна багатьма дивовижними традиціями, а історія — багата і навіть неймовірна.

Оскільки культура — це третій комплекс факторів, що визначає явища та процеси суспільного життя, то про культуру єврейського народу можна сказати, що вона одна з найбагатших [5].

У Мукачеві євреї опинилися близько тисячі років тому. Після приєднання Галичини до Австро-Угорщини (1773 р.) вони оселилися і в Підкарпатській Русі, де розбудували власну структуру соціальних інститутів, що являє собою сукупність символів, вірувань та статусів, завдяки яким управляються різні сфери соціального життя: сім'я, економіка, політика, культура, релігія, освіта та інше [4].

Толерантність і повага до чужих ідей, думок, вірувань місцевих мешканців дали євреям силу і натхнення продовжувати свою розбудову. У 1768–1824 роках певна частина їх входила до складу національної гвардії м. Мукачева, створила в місті власну друкарню, відкрила кілька аптек і освітніх закладів [11].

Взаємодопомога багатьох культур (української, угорської, польської, австрійської, єврейської) дала змогу піднести економіку м. Мукачева на якісно вищий щабель, витворити нову гуманну культуру цінностей.

Здавалося, минув той час, коли євреїв виганяли з рідної землі, з різних країн; здавалося, що життя нормалізувалося і можна буде жити вільно, не переживаючи і не приховуючи того, що ти єврей.

Однак історія знову розпорядилася інакше. Прийшов до влади фашистський режим Адольфа Гітлера.

У руслі натуралістичного напрямку в соціології виникає расово-антропологічна школа. Це — не стільки науковий, скільки спекулятивний напрям, основа якого — не наукове осмислення проблем людини та раси, а використання науки для ідеологічних цілей. Концепції расово-антропологічної школи засуджені наукою, але їх вивчення необхідне з міркувань моралі. Основний принцип цих концепцій — визначення расового фактора як вирішальної ознаки в історичному процесі. Це — проголошення біологічної культурної відмінності рас, виведення їхньої ієрархії, визначення “вищих” та “ни-

щих” рас. На основі таких підходів в історії мали місце трагічні факти проведення ідеології та практики боротьби за збереження “чистоти рас”, проти змішування рас як причини деградації суспільства [7].

Одним із основоположників цієї теорії був французький філософ Жозеф Гобіно (1816–1882 рр.). Основу розвитку суспільства він вбачав у расових особливостях народів, вважаючи, що соціальні інститути, культура походять від расових, біологічних особливостей. Його прихильники вважали, що цивілізація розвивається лише тоді, коли її очолює біла раса, як історична раса. Саме їй притаманні монополія на розум, силу, красу, інтелект, енергійність, здатність до внутрішньої і зовнішньої організації, почуття гумору, хоробрість, мужність.

Інший теоретик цієї школи — англійський політик Х’юстон Чемберлен (прихильниками його були Вільгельм II та Адольф Гітлер). Його найвідоміша праця — “Основи XIX століття”. Він проголосив найвищим досягненням європейської історії побудову “тевтонської культури”, етнічне, расове ядро якої складають арійці і навіть, точніше, їхні наступники — народи так званого “нордичного типу”, германці (“високі біляві доліхоцефали”).

Європейську цивілізацію Чемберлен розглядав як сукупний результат дій: мистецтво і філософія Давньої Греції, правова і державна системи Давнього Риму, християнство й “тевтонська культура”, створені германськими народами. П’ятим чинником, але цілковито чужим “тевтонській культурі”, є іудаїзм — культура іудейських народів (раси євреїв). Історична місія германців й полягає в тому, щоб очистити цивілізацію від руйнівного впливу й дій іудаїзму, як пише Чемберлен, “семітичних уявлень про світ” і “мойсеєвської космогонії”.

Єврейський народ пройшов тривалий історичний шлях, на якому довелося зазнати численних поневірянь та страждань. Але найжахливішим і найкривавішим періодом життя світового єврейства був Голокост.

Очищення Німеччини від єврейського “засилля” було одним з основних програмних налаштувань Гітлера і відігравало важливу роль у маніпулюванні свідомістю широких мас. Створюючи з євреїв образ “внутрішнього ворога” й оголошуючи їх джерелом усіх бід нації, Гітлер і його оточення відволікали увагу людей від розуміння справжніх причин тих труднощів, які переживала Німеччина. Фюрер видав ряд законів, які обмежували права євреїв. У 1938 році тиск на них посилювався і вони вимушені були залишати країну. Кілька їх тисяч

відправили в концтабори, після чого запропонували купити свободу ціною еміграції.

28 жовтня фашисти заарештували близько 17 тисяч євреїв — вихідців із Польщі, які кілька місяців провели просто неба на чужій землі. 10 грудня 1938 року увійшов в історію під назвою “кришталева ніч”, як всенімецька “репетиція Голокосту” [12]. Вона стала першою масовою акцією прямого фізичного насилля над євреями на території Третього рейху. Після “кришталєвої ночі” було зареєстровано 680 випадків самогубств серед євреїв.

У деяких виданнях заперечується Голокост. Іноді історики через власний світогляд чи політичні погляди замінюють документальні факти художніми вигадками і фантазіями. Голокост — один із багатьох аспектів Другої світової війни.

У кожної людини свій життєвий шлях, широкий чи вузький, довгий чи короткий, з вибоїнами або без. У євреїв цей шлях був надто особливий і трагічний. Їх спіткала на ньому фашистська неволя, муки, страждання, довгі поневіряння, нелюдські катування, голод і холод, хвороби і смерть. Багато євреїв не повернулося з концентраційних таборів, які були переповнені жертвами різних народів у роки Другої світової війни. Та чи не найбільше постраждали від гітлерівського режиму євреї, яких силоміць вивозили у підготовлені для страшних експериментів місця. Причому поголовно — чоловіків і жінок, дітей і старих. Спочатку примушували виконувати виснажливу роботу, а тих, які вже не могли працювати,—просто знищували [10].

Від самого початку окупації Закарпаття в Угорщині було прийнято ряд антиєврейських законів, зокрема, згідно з законом від 26 жовтня 1939 року євреї (насамперед сільські та районні працівники, оскільки за законом євреї не могли працювати на державній, муніципальній, сільській та інших службах) мали бути звільнені з роботи з остаточним розрахунком до 1 січня 1943 року.

Як доносив таємний агент відділу контррозвідки 8-го армійського корпусу 20 серпня 1940 року, на підприємствах фірми “Латориця” єврейське питання вирішено, з 8–10 тисяч працівників залишилося 7 євреїв-службовців і лише 4 робітники. У 1941 році з Закарпаття було вивезено в Кам’янець-Подільський, у тил Південної німецької армії, 20 тисяч євреїв, з яких на березі Дністра есесівці розстріляли 11 тисяч. Так нелюдський закон втілювався в життя. Регентський комісар у своєму інтерв’ю від 6 січня 1943 року заявляв, що в результаті репресій проти євреїв край навіть розквітає, бо за єврейське майно і

кошти, які перейшли в розпорядження держави, будуть побудовані церкви, школи, сільські будинки, квартири для вчителів тощо.

Апогею політика геноциду проти єврейського населення досягла навесні 1944 року. Головними виконавцями були Ласло Ендре і Ласло Бакі, державні секретарі внутрішніх справ, які розробили інструкцію про відправлення євреїв до таборів (гето). Спочатку вийшов наказ про те, що вони мають нашивати на свій одяг жовту зірку, потім — про обмеження пересування, далі — під державний контроль бралось їхнє майно, а вже потім почалося відселення в гето. В Мукачеві під гетто було визначено цегельно-черепичний завод, де заручники утримувалися просто неба. Звідси всіх відправляли в концтабори [1].

Конфіскацією майна займалася спеціальна комісія, до якої входили староста села, член сільської управи та працівник уряду. Вони робили опис майна кожної єврейської оселі, після чого її опечатували. Майно згодом розпродавалось.

Обласна надзвичайна комісія з обліку шкоди, розслідування і встановлення злочинів, заподіяних німецько-мадярськими загарбниками за роки окупації, назвала цифру — 112 500 чоловік єврейського населення, яке опинилося спочатку в угорських концтаборах у Ніргазі, а потім у німецьких — Освенцимі, Дахау, Бухенвальді та багатьох інших, із них 104 177 чоловік було знищено.

З наближенням краху угорського окупаційного режиму в 1944 році в Закарпатті ввели надзвичайний стан та систему військово-польових судів, їх жертвами ставали особи, які ухилялися від військової повинності, партизани, або ті, що їх переховували чи допомагали. У квітні 1944 року Закарпаття було оголошене зоною бойових дій. Цивільна і військова адміністрація прагнула вогнем і мечем ліквідувати партизанський рух та саботаж, однак досягти цього не вдалося.

Угорська влада встановила суворий режим для єврейського населення Мукачєвого, яке змушене було носити зліва на грудях спеціальну позначку і вечорами затемнювати вікна в своїх квартирах, не з'являтися на вулицях, заборонялося відвідувати кіно, театр. Магазини євреїв відбирали представники угорської влади.

У квітні 1945 року у місті були створені нові гетто, скажімо, на вулиці Духновича (нинішня Берегівська) тощо. Багато євреїв з гетто вивезено в Угорщину, там вони жили в бараках, спали на соломі, харчувалися надголодь. Їх поділили на батальйони, які військова варта не залишала ні на мить. Все виконувалося лише за командою або

сигналом. Переходи з одного місця на друге здійснювалися пішки, в колоні.

На території Румунії батальйон мукачівських євреїв працював у горах, там вручну рубали каміння, вантажили на вагонетки і тягли їх на місце завантаження справжніх вагонів. Озброєні вояки поводитися з ними як із худобою. Не раз з їхніх вуст чути було брутальні викрики: “Ви тут усі подохнете!”. Від важкої праці, недоїдання, всіляких знущань, фізичних розправ, люди перетворювалися на скелети, не всі витримували — чимало вмирало. Та декому таки вдавалося втекти з концентраційних таборів.

З капітуляцією Німеччини в 1945 році покладено край геноциду євреїв.

Отже, ми повинні добре засвоїти, наскільки вбивчі ненависть, ксенофобія, юдофобія, які, в кінцевому рахунку, призводять до Освенцимів та Соловків. Пропаганда етнічної, релігійної та іншої винятковості повинна переслідуватися за законом. Тих, хто свого часу намагався втілити таку політику на державному рівні, судили в Нюрнберзі. А ми повинні пам'ятати безсмертний вислів: **ключі для спасіння живих лежать у кишнях мертвих.**

This work is devoted for deeper learning such problem of society as genocide. It removes one great result: we have all capabilities for war with hating. This work has such decisise moment as that, how sociology understands the genocide. We live in the democratic country, we must do all for that, such historic picture never no appearing again.

Література

1. Абульханова-Славська К. А. Стратегія життя. — М., 1991.
2. Американська соціологічна думка: Тексти / За ред. В. І. Добринькова. — М.: Вид-тво МГУ, 1994.
3. Дреев Д. Роза мира. — М.: Тов-ство Климиников — Коморов и К⁰, 1993.
4. Бакунин М. А. Философия. Социология. Политика. — М.: Правда, 1989.
5. Бутенко А. П., Шкреба А. А. Діалектика суспільного розвитку. — К.: Політвидав України, 1990.

6. *Відер Е. Ю.* Із заходу на схід. Репортаж із Закарпаття. — К.: Просвіта, 1989. — С. 144.
7. *Гердер Й.* Соціологія народів. — М.: Наука, 1988.
8. *Дариндорф Р.* Падение. — М.: АГО, 1989. — С. 224.
9. *Кравчук В.* Єврейська община. — Львів: Світанок, 1995. — С. 200.
10. *Лосев А. Ф.* Філософія. Мифологія. Культура. — М.: Самиздат, 1991. — С. 146.
11. *Паук Ф. К.* Тріумф і трагедія мукачівських євреїв. — Львів: Просвіта, 1998. — С. 78.
12. *Ревіцький Ю. Б.* Мукачево єврейське, або Новий Єрусалим. — Мукачево: Старий замок, 1998. — С. 147.
13. *Різак І. Є.* Реабілітовані історією. — Ужгород: Просвіта, 1997. — С. 150.
14. *Сірий Є. В.* Соціологія. — К.: Атіка, 2004. — С. 248.
15. *Феллер М. Н.* Пошуки, спогади, роздуми єврея, який пам'ятає своїх дідів, про україно-єврейські взаємини, особливо про нелюдське і людяне в них. — Львів: Світанок, 1997. — С. 269.
16. *Франк С. Л.* Сочинения. — М.: Правда, 1990.
17. *Хонегман Я. Л.* Євреї в Україні. — Мукачево: Старий замок, 1979. — С. 112.

А. САТАЄВА

*студентка III курсу,
Інститут соціальної роботи та управління НПУ
ім. М. П. Драгоманова*

МОЖЛИВІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ СУПЕРОПТИМАЛЬНИХ РІШЕНЬ У ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ

Під супероптимальними рішеннями слід розуміти комплекс заходів, які одночасно і найкращим чином забезпечують досягнення інтересів протилежних груп. За умов підвищеної конфліктності політичного простору, що спостерігається нині, дослідження можливості застосування супероптимальних управлінських рішень в державному управлінні вочевидь є актуальним.

Інформація про супероптимальні управлінські рішення вперше з'явилась у 1992 році в статті Стюарта С. Нагеля та Міріам К. Міллс “Методи пошуку супероптимальних рішень”. На сьогодні розробкою вказаної проблеми займаються: Істомін Є. П., Соколов А. Г. (“Управленческие решения”), Смірнов Е. А. (“Управленческие решения”) та Кузнецова Л. А. (“Разработка управленческого решения”), які докладно висвітлюють сутність супероптимальних рішень, методи та прийоми їх розробки.

Управлінське рішення — розгорнутий у часі логіко-мисленнєвий, емоційно-психологічний і організаційно-правовий акт вибору альтернативи, що виконується керівником у межах своїх повноважень одноосібно або з залученням інших осіб. Управлінське рішення — це творчий акт суб'єкта управління, що визначає програму діяльності колективу організації для ефективного вирішення актуальної проблеми на основі знання об'єктивних законів функціонування керованої системи і аналізу інформації про її стан. Оптимальним рішенням з набору альтернатив буде те, що найбільше відповідатиме певній ситуації. Зазвичай, в компанії, фірмі, організації або в їх об'єднанні немає цілей, що різко суперечать одна одній, рішення приймаються без особливих проблем і часто доповнюють і розвивають одне одного, тому що цілі, звичайно, підпорядковуються місії та меті. Якщо ж в

гармонію організаційних, економічних та технічних цілей втручаються політичні, соціальні або партійні інтереси, то виникає необхідність створення програм з урахуванням діаметрально протилежних цілей. Тоді необхідно шукати зовсім інше рішення, що задовольняло б людей з протилежними поглядами. Такі рішення можна назвати супероптимальними [2].

Супероптимальне — це таке рішення, яке об'єктивно перевершує те, що звичайно вважалося найкращим для вирішення певних проблем. Традиційно знаходження супероптимального рішення здійснюється за допомогою посередників, коли внаслідок переговорів виграють усі сторони і результати перевершують очікування кожної з сторін. Відомі прийоми проведення дискусій, що приводять до супероптимальних рішень. При обговоренні полярних точок зору не можна сперечатися і доводити свою правоту, бо в суперечках істина не народжується. Тут необхідно або розвивати точку зору співрозмовника і доводити її до абсурду, або знаходити спільні точки зору з окремих питань і розвивати їх, або розвивати тільки власну точку зору [3, 62].

За якістю та ефективністю існують чотири групи рішень: якісні, ефективні, оптимальні та супероптимальні. Критерієм якості є форма процесу — стандарти, норми та нормативи. Критерієм ефективності є зміст процесу — додатковий продукт, затрати в різних сферах діяльності. Відповідність форми змісту визначає оптимальне рішення. Супероптимальне рішення — це рішення, завдяки якому якість та ефективність досягнутих результатів буде суттєво вищою від якості та ефективності врахованих факторів [6, 247].

У практичній управлінській діяльності застосовуються кілька способів отримання і реалізації супероптимальних управлінських рішень: розширення наявної ресурсної бази, формування вищої і при цьому реальнішої мети порівняно з тією, що вважалася реальною раніше, досягнення органічного поєднання наявних альтернатив соціально-економічного розвитку [7].

Оскільки різке протистояння протилежних груп інтересів виникає, зазвичай, на найвищому рівні управління, ми докладніше дослідимо можливості та шляхи застосування супероптимальних управлінських рішень у державному управлінні, запропонуємо певні рекомендації.

Недоліки в організації управління стали перешкодою на шляху до позитивних перетворень в Україні. Одна з основних причин, що

негативно позначилася на економіці регіонів, — відсутність узгодженості між цілями та діями в державному управлінні. Нині можна стверджувати, що в стратегії досягнення поставленої мети і методах ухвалення рішень не було системного підходу.

Для ефективного державного управління найраціональнішою є технологія управління за цілями, що повинна бути розрахована на довготермінову перспективу на основі концепції розвитку тієї чи іншої територіальної одиниці.

Технологія управління за цілями базується на ряді принципів:

- поєднання потреб суспільства та інтересів регіонів;
- підвищення ролі і відповідальності регіональних органів у стимулюванні підприємницької та інвестиційної діяльності;
- ухвалення у виняткових випадках спеціальних заходів щодо проблемних регіонів і стратегічних галузей економіки;
- контролю над цільовим використанням фінансових ресурсів і дотриманням законодавства.

Суть технології полягає у визначенні стратегічної мети і підкоренні їй усієї сукупності інструментів державного регулювання. При цьому як у країні, так і в окремих територіальних утвореннях повинні застосовуватися злагоджені методи податкової, кредитної, бюджетної і промислової політики. Реалізовувати досягнення мети слід за допомогою поєднання інтересів суспільства і територіальних утворень, розв'язання конкретних завдань, створюючи для цього спеціальні регіональні програми. Тим самим підвищується активність і відповідальність місцевих органів влади. Узгодження інтересів суспільних груп — органів державної влади, фірм, компаній та корпорацій — потребує прозорого механізму прийняття рішень та широкого обговорення в суспільстві проблем і методів їх подолання.

Велике значення має контроль за виконанням прийнятих законів. Центр повинен здійснювати керівництво і координацію діяльності на основі єдиного для всіх порядку, який необхідно чітко прописати у законодавстві, зокрема повсюди і постійно контролювати податкові надходження по відповідних бюджетах і їх цільове використання.

У зв'язку з нестійкістю національної економіки, посиленням регіональних відмінностей і різким розшаруванням населення за рівнем життя доцільно встановити пріоритет принципу ефективності оподаткування, що реалізується за допомогою корегуючих, а не нейтральних податкових інструментів.

Між регіонами-донорами і регіонами-реципієнтами існує конфлікт через фінансові ресурси держави, основну частину яких складають податкові надходження. Для його усунення потрібні супероптимальні рішення, завдяки яким одночасно і найкращим чином досягаються дві групи цілей.

Для попередження вказаного конфлікту можна застосувати такі методи знаходження рішень.

1. Метод розширення ресурсної бази. Він досягається за допомогою:

- концентрації необхідних фінансових ресурсів держави в спеціальній фондах підтримки кризових регіонів. Такий спосіб оперативний. Водночас доцільність його застосування є предметом дискусії — він позбавляє регіони-донори переваг для розвитку, але дає можливість соціально-політичного компромісу в дотаційних суб'єктах держави і зняття напруженості у країні в цілому;
- стабілізації і стійкого економічного зростання, що сприятиме збільшенню податкової бази і, відповідно, фінансових ресурсів держави (цим забезпечується довготермінова перспектива).

2. Метод надання істотних вигод для проблемних регіонів при незначних втратах для інших. Він реалізується за допомогою регіональних програм розвитку підприємництва та шляхом створення спеціальних податкових режимів, скажімо, вільних економічних зон (або зон “порто-франко”).

У статті 3 прийнятого 13 жовтня 1992 р. Закону України “Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон” (№ 2674-XII) наведено класифікацію вільних економічних зон, котрі включають спеціальні (вільні) економічні зони різних функціональних типів: вільні митні зони і порти, експортні, транзитні зони, митні склади, технологічні парки, технополіси, комплексні виробничі зони, туристсько-рекреаційні, страхові, банківські тощо. Окремі з них можуть поєднувати в собі функції, властиві різним типам спеціальних (вільних) економічних зон. Окремо визначена локальна (точкова) вільна економічна зона, котру розміщено у межах території площею до 500 га. У 1994 р. урядом затверджено Концепцію створення таких зон.

Закордонний досвід свідчить про перспективність цього рішення. Проте в Україні воно викликало невдоволення і суперечки внаслідок численності претендентів, правової неврегульованості питання і від-

сутності державної стратегії просторової організації економіки та відсутності контролю за дотриманням режиму вільних економічних зон. Як наслідок, бажаних результатів не було отримано, а скасування вільних економічних зон призвело до міжнародних скандалів (уряд зобов'язався компенсувати втрати компаніям, які сумлінно дотримувалися режиму вільної економічної зони) та погіршення інвестиційної привабливості української економіки в цілому.

Для критичних регіонів, які не можуть досягти самозабезпеченості, створення сприятливого податкового клімату для підприємництва є єдиною можливістю залучення інвестицій.

3. Метод усунення або зменшення джерела конфлікту. Він реалізується за допомогою таких альтернатив:

- зменшення централізації фінансових ресурсів у бюджеті та їх розподілу на регіональний і місцевий рівні відповідно до квоти покриття встановленого мінімуму гарантованих соціальних витрат. Це оперативний спосіб, в якому найбільш зацікавлені територіальні утворення-донори. Його застосування може посилити регіональні відмінності, оскільки доходи проблемних суб'єктів не зможуть покрити навіть захищені витрати — звідси вірогідність ускладнення соціально-політичної ситуації;
- зростання економіки регіонів. Це дозволить розширити податкову базу і, відповідно, краще сформувати регіональні і місцеві бюджети;
- розширення фінансових ресурсів регіонів і встановлення балансу між їх податковими і витратними повноваженнями.

4. Метод постановки вищої мети порівняно з тією, що вважалася раніше реальною. На сьогодні для більшості суб'єктів України — це досягнення самозабезпеченості, самодостатності і саморозвитку.

Аналіз методів знаходження супероптимальних рішень показав, що їх можна класифікувати за:

- термінами досягнення;
- способами розподілу джерела конфлікту — фінансових ресурсів — між рівнями влади;
- дотриманням інтересів стабільності держави, інтересів багатих і тих, що розвиваються, регіонів.

Найприйнятнішим є комбіноване і поетапне вирішення проблеми. На середньотермінову перспективу доцільно використовувати методи розширення ресурсної бази і надання істотних вигод для проблемних регіонів за незначних втрат для інших. В довготерміновій

перспективі варто застосовувати методи усунення або зменшення джерела конфлікту і постановки вищої мети.

Отже, застосування супероптимальних рішень у державному управлінні завдяки недостатній дослідженості питання, “свіжості” та значному потенціалу привертає до себе з кожним днем дедалі більшу увагу, відкриває нові можливості державного управління, що вкрай важливо, особливо за сучасного стану економіки України. Застосування супероптимальних рішень у державному управлінні є доцільним і може позитивно вплинути на суспільство в цілому.

Подальші дослідження слід спрямувати на пошук простіших методів, способів та шляхів прийняття супероптимальних рішень, створення сприятливих умов для їх вироблення.

The given article is devoted to research the possibility of application of superoptimal decisions in state administration, in the conditions of Ukraine transitional economy. As superoptimal decisions enable simultaneously and in a best way to satisfy the opposite groups of interests, their use is appropriate in state administration, where such problems arise up more frequent than in another level of management. For the search of superoptimal decisions are used such methods: the method of expansion of resource base, the method of grant the substantial benefits for problem regions at the insignificant losses for other, the method of removal the source of conflict and the method of the higher goal setting.

Література

1. Закон України “Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон” № 2674-XII (2674-12) від 13.10.92 // ВВР. — 1992. — № 50. — Ст. 677.
2. Истомин Е. П., Соколов А. Г. Управленческие решения. — М., 2005. — 248 с.
3. Кузнецова Л. А. Разработка управленческого решения: Учеб. пособ. — Челябинск, 2001. — 77 с.
4. Наказ Міністерства фінансів України “Про схвалення Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі” від 14 вересня 2002 р. № 538-р.
5. Нижник Н. Україна — державне управління: шляхи реформування. — К.: Вид-во УАДУ, 1997. — 71 с.

6. *Смирнов Э. А.* Управленческие решения. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 264 с.
7. *Стюарт С. Нагель и Мириам К. Миллс.* Методы поиска супероптимальных решений // Эффективность государственного управления: [Сб. ст.]: Пер. с англ. / Общ. ред. С. А. Батчикова, С. Ю. Глазьева. — М., 1998. — 846 с.

Ю. МЕЛЬНИК

студентка III курсу,

Інститут соціальної роботи та управління НПУ

імені М. П. Драгоманова

МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ІЗ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

В Україні, як і в багатьох інших країнах пострадянського простору, відбувається серйозна трансформація соціально-економічної системи. У пошуках ефективнішого розвитку часто аналізуються лише економічні фактори, методи управління, так би мовити, суто раціоналістичні. Не враховується або майже не враховується той факт, що суб'єктом господарювання є людина, на трудову поведінку, ефективність діяльності якої могутній вплив справляють ціннісні орієнтації, переконання, вірування, традиції, тобто фактори культури.

Через це тема організаційної культури, особливо питання її управління, набувають дедалі більшої актуальності, вона обговорюється на сторінках газет і журналів, на форумах, конференціях, засіданнях HR клубів. Більшість компаній намагається використовувати потенціал організаційної культури в інтересах свого розвитку.

Джерелами вивчення організаційної культури як феномена є традиції М. Вебера, Т. Парсонса, К. Левіна та інших вчених. Однак саме запровадження терміна та його докладне опрацювання припадає на кінець 70-х — початок 80-х років XX століття. В цей час багато вчених, а саме Д. Елдрідж, А. Кромбі, В. Сате, М. Пацановський, М. Морган, К. Шольц, П. Добсон, М. Уолтерс, М. Х. Мескон, Е. Шейн почали досліджувати, вивчати і давати визначення культурі організації. Спочатку деякі вчені розглядали культуру як спільні для всіх і відносно стійкі переконання, а далі як важливий фактор, на якому потрібно зосереджувати увагу особі, що приймає рішення [1, 191].

Методи прийняття рішень досліджували і класифікували за певними ознаками в групи такі вчені, як Колпаков В. М., який розглядав аналітичні методи стосовно матеріальної сфери, а також

методи аналізу конкурентних переваг — SWOT, GAP, LOTS тощо, що застосовуються особами, які приймають рішення [2, 85–114]; Смірнов Е. А., який досліджував евристичні методи в роботі осіб, що приймають рішення, а також методи прогнозування тощо [3, 169–189]; Фатхутдінов Р. А., що розглядав різні методи прийняття рішень, наприклад, статистичні, матричні, а також їх особливості та сфери, де вони застосовуються [4, 153–169].

Взаємозв'язок методів прийняття рішень і організаційної культури не знайшов належного теоретичного опрацювання. Враховуючи організаційні і самоорганізаційні механізми розвитку культури організації, можна виділити два полярні напрями управління організаційною культурою керівниками підприємств. Перший — це управління “зверху”, що ґрунтується на передачі персоналу організаційної культури і на використанні способів, які мають викликати ентузіазм більшості співробітників [5, 62–63].

При такому управлінні організаційною культурою використовується теоретико-ігровий метод прийняття рішень, що найкраще виражає зацікавленість керівника в цінностях і допомагає прищепити їх підлеглим найшвидше. Він широко застосовується при підготовці відповідальних рішень, що визначають долю багатьох людей, організації в цілому чи власну долю особи, яка приймає рішення. Цей метод є спеціальним засобом вирішення складних ситуацій, гарантує високу ефективність управлінського рішення і досягнення мети [3, 181–182].

Другим напрямом управління організаційною культурою є управління “знизу”, що починається з нижніх рівнів організації, коли значна увага приділяється вивченню реального життя в нижніх рівнях організації, а саме стосунків між співробітниками, що вони роблять, говорять і, навіть, думають [5, 62–63].

Цей метод передбачає можливість зміни базових припущень, тому доречно буде використати такі методи прийняття рішень, як морфологічний аналіз, інверсії, вільних асоціацій тощо. Перший метод забезпечує дослідження всіх можливих варіантів, що виникають із закономірностей будови об'єкта, тобто організаційної культури. Другий дозволяє розвинути діалектику мислення, знаходити вихід із безвихідних ситуацій, відшуковувати оригінальні рішення різного рівня складності. А метод вільних асоціацій підвищує результативність творчої діяльності за рахунок народження нових ідей.

Управління розвитком організаційної культури складається з управління підтримкою і управління зміною.

Існують методи підтримки організаційної культури. Основними групами методів є такі [6, 435–437]:

1. Підтримка об'єктів і предметів уваги, оцінки і контролю з боку менеджерів. Це один з найдіяльніших методів підтримки культури в організації, оскільки своїми повторювальними діями менеджер дає знати працівникам, що важливо і що від них очікується.

Рекомендується використовувати при прийнятті управлінського рішення ефективний метод сценаріїв. Це сукупність прийомів витонченого викладу процедур підготовки і реалізації будь-яких рішень, в тому числі й управлінських [3, 202]. Тобто керівник чітко розписує все, що з важливого для організації потрібно зробити підлеглим.

Також можна використовувати метод “дерева рішень”. Він дозволяє особі, що приймає рішення, візуально оцінити результати дій різних рішень і вибрати найкращий їх набір для своїх підлеглих.

2. Підтримка стилю управління в критичних ситуаціях і за організаційних криз. Глибина і розмах кризи потребують від організації або підсилення усталеної культури, або введення нових цінностей і норм, що певною мірою її змінюють. В останньому випадку варто застосовувати морфологічний аналіз, мозкову атаку, синектику та інші евристичні методи.

В інших випадках стане в нагоді метод аналізу ієрархій, що за допомогою простих правил забезпечує розгляд проблеми конфліктів у групі з спільними цілями як замкнутій логічно конструкції, провести аналіз складних ситуацій [2, 135].

3. Моделювання ролей, навчання і тренування. Менеджери можуть спеціально вбудовувати важливі “культурні” сигнали в програми навчання і в щоденну допомогу підлеглим. Застосування методу моделювання дасть змогу сконцентрувати увагу працівників на важливих моментах функціонування організації за допомогою моделі; вдаючись до методу ділових ігор, можна не тільки вирішувати складні ситуації, а й розвивати (окультурювати) мислення людини [2, 137]; ігровий груповий тренінг, наприклад, метод фізичних дій, спрямований на поглиблення сенсомоторних, тренування комунікативних навичок, розвиток уяви, емоційної глибини [7, 325].

Тобто за допомогою перелічених методів досягається концентрація уваги підлеглих на певних аспектах організаційної культури, а

також набуття ними навичок, які потрібні для досягнення поставленої керівником мети.

4. Збереження критеріїв визначення винагород і статусів. Про культуру в організації свідчить застосування системи винагород і привілеїв, в основу яких покладено різні методи мотивування персоналу, тобто заохочення, що потрібно для належного виконання поставлених завдань.

5. Підтримка критеріїв прийняття на роботу, службового просування і звільнення. Критерії кадрових рішень можуть або допомогти, або зашкодити зміцненню усталеної в організації культури. Тому при прийнятті рішення треба спиратися на метод “дерева рішень”, що допоможе вибрати найкращий з усіх можливих варіантів [3, 206]. Між іншим, він добре комбінується з експертними методами, оскільки ряд етапів потребує оцінки результатів спеціалістами.

6. Збереження організаційних символів і обрядності. Багато вірувань і цінностей, що лежать в основі культури організації, виражаються через різні ритуали, обряди, традиції і церемонії.

У цьому випадку підходять евристичні методи як перевірені віками способи знаходження і реалізації різних рішень шляхом спілкування, залаштункових переговорів, залякування, обману, логічних хитрощів тощо [3, 185].

Методи зміни культури організації співзвучні з методами підтримки культури. Це:

- 1) зміна об'єктів і предметів уваги з боку менеджера;
- 2) зміна стилю управління кризою чи конфліктами;
- 3) перепроєктування ролей і зміна фокуса в програмах навчання;
- 4) зміна критерію стимулювання;
- 5) зміна акцентів у кадровій політиці.
- 6) зміна організаційної символіки й обрядності.

На початку цього етапу з метою пошуку нових організаційно-управлінських рішень, способів пропаганди нових принципів організаційної культури тощо, на думку автора, краще використовувати різні методи генерування ідей: морфологічний аналіз, мозкову атаку, синектику тощо. Перший метод застосовується індивідуально чи в групі і його основою є комбінаторика — систематичні дослідження всіх теоретично можливих варіантів, пов'язаних із закономірностями будови об'єкта, що аналізується [2, 131]. До мозкової атаки, синектики вдаються тоді, коли особі, яка приймає рішення, важко знайти його найкращий варіант [2, 89]. Вони допомагають отримати най-

оригінальніші ідеї завдяки навчання учасників використовувати методи аналогії, інтуїції, абстрагування, вільного мислення тощо [2, 97].

Далі докладніше розробляються або корегуються головні елементи системи управління, що впливають на організаційну культуру, — методи мотивації, кадрова політика, система навчання тощо.

Отже, можна зробити такі висновки. Управління організаційною культурою включає управління підтримкою і управління зміною організаційної культури. За кожного з них використовуються різні за своєю суттю методи прийняття управлінських рішень, оскільки це два протилежні способи, однак кожен з них спирається на свій універсальний фундамент.

За кожного методу підтримки культури організації застосовується специфічний метод прийняття рішення, але деякі з них можуть мати місце за різних методів підтримки. Все залежить від суб'єктивних переваг особи.

Методи зміни організаційної культури співзвучні з методами її підтримки, що дозволяє застосовувати ті ж самі методи прийняття управлінських рішень. Але не всі методи підтримки придатні для того, щоб бути використаними під час змін в організації.

Two basis methods manage organization culture in this article, that is manage “from above” and manage “from below”. Appropriate methods passing of decision were offered for each of them. Also corresponding methods passing of decision was separate out for support and change of organization culture.

Література

1. Серкіс Ж. В. Проблеми управління організаційної культури: теоретико-методологічні проблеми удосконалення психологічної підготовки менеджерів // Персонал. — 2000. — № 1. — С. 190–192.
2. Колпаков В. М. Теорія і практика прийняття управлінських рішень. — К.: МАУП, 2000. — 256 с.
3. Смирнов Е. А. Управленческие решения. — М.: Инфра, 2001. — 264 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения. — М.: Инфра, 2003. — 314 с.

5. *Нестеренко Г. О.* Корпоративна культура в системі управління персоналом: самоорганізаційний підхід // Нова парадигма. — 2004. — № 38. — С. 57–64.
6. *Виханский О. С., Наумов А. И.* Менеджмент: Учеб. — 3-е изд. — М.: Гардарики, 2002. — 528 с.
7. *Хаєт С. Л.* Корпоративна культура: Навч. посіб. — К.: Центр навч. літ-ри, 2003. — 403 с.

А. ГАВРИК

студентка II курсу,

Інститут соціальної роботи та управління НПУ

імені М. П. Драгоманова

ВПЛИВ ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ НА НАРОДЖУВАНІСТЬ

Для України питання народжуваності є надзвичайно актуальним, оскільки її спад, що спостерігається останнім часом, і невелика тривалість життя призводять до того, що українців рік у рік стає менше, а нація поступово старіє. Останнє уже зараз призводить до надмірного соціального навантаження на бюджет країни, а в перспективі може викликати різко негативні зміни в економіці. На народжуваність впливає досить багато факторів, серед них і гендерна ситуація в країні.

Серед дослідників, які займалися гендерним питанням, можна виділити Д. Крамер (гендерна соціологія), Ш. Берн та В. Жаклін (гендерна психологія).

Вплив гендерної ситуації на народжуваність майже не вивчався. Однак існує теорія, що політика гендерної рівності може позитивно вплинути на народжуваність у країні. Але ідея про надання жінкам рівних із чоловіками прав і можливостей професійної реалізації виявляється недостатньо обґрунтованою, а іноді навіть суперечливою.

Гуманізація суспільної думки в Україні стимулює розробку широкого кола питань, пов'язаних з особистістю, суспільною активністю жінок, виробленням сучасної концепції їх ролі й місця в суспільстві. Однак складність цих питань полягає в “закритості” проблем протягом тривалого історичного періоду панування офіційної ідеології про емансипацію радянських жінок, їх рівноправності з чоловіками, що призвело до серйозних перекосів у розумінні місця й ролі жінок як на побутовому, так і на державному рівнях.

Процес утвердження й забезпечення рівноправності в Україні має національні та європейські особливості. XX століття, впродовж якого домінантною була політика, в останній своїй третині дедалі більше наповнюється новим змістом світобачення й світосприйняття та активної людської діяльності.

У ХХІ столітті рівноправність жінки й чоловіка в українському суспільстві дедалі більше зазнає європейських і світових впливів, насамперед міжнародного жіночого руху, світової інтеграції людства в усіх сферах життя, його інтелектуалізації й гуманізації. Тому в законах закріплюється статус жінки й чоловіка, їхня рівноправність як основне право людини, як умова правової демократії та вимога соціальної справедливості.

У багатьох країнах світу останні десятиріччя ХХ століття були періодом суттєвих зрушень у вирівнюванні прав і можливостей чоловіків та жінок, особливо щодо доступу до економічних, політичних та освітніх ресурсів. Проте гендерна рівність навіть у низці найрозвинутіших країн усе ще залишається метою, досягти яку, вочевидь, вдасться в новому тисячолітті.

Оцінка суспільств із позицій гендерного паритету та запровадження засобів, що сприяють дотриманню неупередженого ставлення до особи незалежно від статі, нині вважається невід'ємною складовою демократичного розвитку. Тож намагання України впроваджувати демократичні засади в суспільстві свідчать, що ідеї гендерної рівності мають знайти своє осмислення та практичне втілення. Однак сучасне становище чоловіків і жінок у суспільстві, офіційний дискурс жіночого й чоловічого, що підтримується владою та політичними партіями, дають підстави вважати, що станеться це не скоро. Підставою для такого висновку є стан гендерних відносин в економічній, соціальній, правовій та політичній сферах українського суспільства, а також стан громадянської свідомості, де продовжує успішно відтворюватися низка глибоко вкорінених гендерних стереотипів.

Відсутність в Україні фемінізму як поширеного світогляду, альтернативної теорії культури та соціального руху, як не дивно, супроводжується численними проявами феміністичної фобії, викривленого та вульгарного уявлення про феміністок і фемінізм як явище виключно західної культури й тому неприйнятне для українського суспільства. Феміністична фобія є поширеною не лише серед пересічних громадян, а й, на жаль, в управлінському та академічному науково-освітніх середовищах.

Українське суспільство, яке проголосило перехід до ринкової економіки та політичної демократії, поки що найпомітніше демонструє дві тенденції зміни гендерних відносин: 1) явне посилення нерівності й дискримінації жінок у багатьох сферах суспільного життя; 2) небажання й невміння громадян (політичних партій і громадських ор-

ганізацій, включаючи жіночі) осмислити феномен нерівності й протистояти йому засобами, що активно використовуються в розвинутих демократичних суспільствах.

Принцип рівності статей передбачає, що економічні, політичні та соціальні ресурси повинні розподілятися між чоловіками й жінками загалом рівномірно, без суттєвих диспропорцій. Реальна ситуація цьому не відповідає. Наявна в суспільстві дискримінація за ознакою статі виявляється в нерівності можливостей чоловіків і жінок на ринку праці (принаймні звільненні, кар'єрному просуванні, оплаті праці тощо), у сфері розподілу здійснення влади, невизнанні виробничої праці жінок у домашньому господарстві як соціально значущої.

Суть гендерного порядку в суспільстві, серед іншого, виявляє себе через уявлення населення тієї чи іншої країни про права, ролі, можливості чоловіків і жінок.

Більшість людей вважають, що жінка для самореалізації обов'язково повинна мати дітей. Примітно, що таку думку однаковою мірою поділяють і чоловіки, і жінки. Біологічна здатність вважається соціальним призначенням і шляхом соціальної самореалізації, що може означати усвідомлення й прийняття практичної недоступності інших наявних у суспільстві шляхів втілення закладеного в кожній людині, незалежно від статі, людського потенціалу.

Вибудовується певний ланцюжок соціальних ролей і прав жінок в українському суспільстві: для соціальної самореалізації жінка повинна мати дітей, паралельно вона має робити внесок до сімейного бюджету, тобто працювати поза домом, при цьому жінка виконує певну роботу й у межах дому. Вона не повинна дбати про свою кар'єру, а навпаки — про кар'єру чоловіка. Навіщо їй кар'єрне просування, якщо в разі економічної кризи та нестачі робочих місць взагалі очікується, що вона поступиться робочим місцем чоловіку.

Як і в інших регіонах світу, в Україні найменш патріархальними й традиційними є погляди молодих жінок. Саме вони найчастіше є носіями демократичного гендерного світогляду, заперечуючи дискримінаційне ставлення до жінок у сім'ї, на ринку праці та в сфері розподілу політичної влади. Варто уваги те, що на оцінки чоловіків їх вік практично не має впливу. Вони, як молоді, так і середнього віку, однаковою мірою поділяють патріархальні гендерні стереотипи.

Такими на початок ХХІ століття маємо уявлення про права й ролі жінок в українському суспільстві, що є одним із виявів соціально

сконструйованих та відтворюваних стосунків влади й нерівності. Вони неодмінно матимуть подальший розвиток, включаючи вибір стратегій забезпечення гендерного паритету, із чим рано чи пізно доведеться мати справу й громадським організаціям, і органам державної влади, і політичним партіям, які за цю владу змагаються.

З точки зору гендерного аналізу, проблема зайнятості є найважливішою характеристикою, яка дозволяє змалювати статус жінки в суспільстві. Дамо оцінку становища жінок на ринку праці. Питома вага жінок у складі сукупної робочої сили, починаючи з 70-х років, перевищує 50 % (приблизно 12 млн. осіб).

Упереджене ставлення щодо можливостей жінок працювати й здійснювати кар'єру легко виправдовується завдяки дуже поширеному й усталеному переконанню, що кожна жінка — це насамперед матір, людська істота, яка задля соціальної самореалізації повинна мати дітей. Усі інші соціальні ролі — другорядні, за певних умов ними можна знехтувати.

Незважаючи на те, що за законом жінки мають однакові з чоловіками права на оплату праці, реальні їх заробітки становлять 70 % від того, що одержують чоловіки. І ця тенденція спостерігається не тільки в Україні, а навіть у розвинутих країнах. Так, за однакову роботу, у США заробітна плата в жінок менша на 30–40 %, у Німеччині — на 38 %, у Франції — на 28 %. Дивно, але навіть у такій “жіночій” професійній сфері, як педагогіка, вчителі-жінки одержують у США 89 % зарплати вчителів-чоловіків [3, 26]. Зазначимо, що серед звільнених працівників жінок завжди більше, приблизно 60–70 % [3, 24].

Отже, доходимо висновку, що становище жінки на ринку праці України складне, але не жахливе, оскільки все можна врегулювати відповідними законами та нормативними актами. Але цю проблему слід усвідомити на державному рівні, оскільки бездіяльність іноді також є злочином.

Гендерні стосунки в сфері розподілу влади й політичної діяльності в українському суспільстві мають ознаки горизонтальної та вертикальної сегрегації (асиметрії). У різних видах політичної діяльності (участь у виборах, інтерес до політики, підтримка тих чи тих політичних партій і лідерів, участь у політичних акціях, робота в органах виконавчої та законодавчої влади) співвідношення чоловіків і жінок суттєво різняться.

Розширення участі жінок у політичному житті нашою країною на низку проблем. На рівні масової свідомості нерідко маємо скептичне,

а почасти й зневажливе ставлення до самого словосполучення жінка-політик.

Одним із принципів існування сучасного демократичного громадянського суспільства в Західній Європі є формування суспільства гендерної рівності. Знищення всіх форм дискримінації людини, у тому числі й дискримінації чоловіків та жінок на основі гендерних підходів, є однією з умов реалізації прав людини та створення демократичної правової держави, яка базується на верховенстві прав людини та громадянина. Саме це є провідним принципом державної політики. Українська держава в низці документів міжнародного рівня взяла на себе зобов'язання забезпечити належний механізм реалізації прав людини, зокрема, забезпечення гендерної рівності в суспільстві.

Найяскравішим показником формування суспільства гендерної рівності є кількісний та якісний показник участі жінок у політичному процесі та їх наявність у владних структурах держави аж до найвищого рівня.

Сучасне українське суспільство має стільки нестерпно болючих проблем, більшість з яких пов'язана з найнезахищенішими верствами суспільства: жінками, дітьми, старими, що доводить необхідність приходу жінки в політику в інтелектуальній аудиторії значною мірою є теж само, що ломитися у відчинені двері. Нині маємо серед високоосвічених людей в Україні 80 % жінок. Куди вони “зникають” на шляху до політично значущих у суспільстві структур? Натомість маємо серед зареєстрованих безробітних понад 60 % жінок, зростає, до того ж останнім часом значно помолодшала, проституція, жіноча злочинність, різко збільшилася кількість малозабезпечених сімей, серед яких переважають сім'ї з матері та дитини. Ми навіть не згадуємо про кричущі проблеми українського суспільства, а саме використання жінки як сексуального товару за межами України.

Добре відомо, що основним чинником загальнокультурного та професійного розвитку людини, її самореалізації в суспільстві є освіта. Ця соціальна інституція в Україні чи не єдина, де можна говорити про наближення до гендерної рівноваги. Принаймні на рівні загальної та середньоспеціальної освіти, а також вищої освіти українські жінки не тільки не поступаються чоловікам, а й часом чисельно випереджають останніх. Лише на рівнях навчання в аспірантурі та докторантурі, а також підвищення кваліфікації спостерігається домінування чоловіків.

Усі рівні освіти в Україні є доступними для жінок уже протягом життя кількох поколінь, і нині доступність освіти не є виявом дискримінації чи метою жіночого руху, як це було в інших країнах навіть у другій половині XX століття.

На сьогодні нерівноправність чоловіків і жінок у соціальній сфері, оперта на традиційний патріархальний світогляд та ще дуже популярну в Україні народницьку ідеологію, закріплену романтичною фразеологією, призводить до психологічного дисбалансу в суспільстві, що так чи інакше, але ввійшло в XXI століття з усією його специфікою та проблематикою. Зрештою, “нерівноправність спричинила цілий ланцюг негативних наслідків — чоловіки відсунули жінок на другорядні суспільні ролі, самі ж виявили свою неспроможність у першорядній ролі, вибраній для себе, це, у свою чергу, призвело до зневаги жінок у стосунку до чоловіків і до страхів, які чоловіки тепер відчують. Вибудовується замкнуте коло, у якому немає “добрих” і “поганих”, а всі однаково винні й однаково страждають”.

Розглянемо демографічну ситуацію в розвинутих країнах на прикладі Європейського Союзу, стан якої (як і в Україні) можна схарактеризувати як кризовий.

Європа переживає небувалий спад народжуваності. Аналітики попереджають: якщо найближчим часом політики не докладуть ніяких зусиль до вирішення демографічної проблеми, то вже до 2025 року можна буде говорити про початок вимирання європейців як раси. Це, у свою чергу, неминуче спричинить економічну кризу й відкине розвиток Євросоюзу на кілька десятиліть назад. Народжуваність у Європі знизилася до того рівня, після якого, як запевняють аналітики, почнеться необоротна реакція — європейський генотип назавжди зникне з лиця Землі. У середньому в Західній Європі рівень народжуваності становить 1,5 дитини на жінку, у Німеччині — 1,4 і в Італії — 1,3, в той час як рівень природного відтворення населення має становити 2,1 дитини на жінку дітородного віку. Як наслідок, росте кількість людей похилого віку. На сьогодні близько однієї шостої населення Західної Європи — це люди у віці понад 65 років, до 2030 року їх буде чверть, а до 2050 року — майже третина.

У країнах Європейського Союзу, де жінки мають права нарівні із чоловіками, де жінки представлені у владі, де держави впроваджують соціальні програми, — демографічна ситуація, як і в Україні, є кризовою й вирішується тільки за рахунок великої тривалості життя (що економічно невигідно, оскільки все одно відбувається “старіння на-

ції”) та емігрантів (останні події у Франції показали, що це теж не найкращий вихід).

Наприклад, якщо розглядати розширення прав жінки як позитивний фактор впливу на демографічну ситуацію, то це може відбуватися у двох напрямках: 1) жінка, маючи рівні з чоловіками права, відчуває себе більш стабільно й захищено в суспільстві, тому може спостерігатися приріст народжуваності; 2) вважається, що влада з жіночим обличчям більше уваги приділяє соціальним програмам, тому можна вважати, що розширення прав жінки приведе до більш соціальної політики влади і позначиться на поліпшенні демографічної ситуації.

Аналіз демографічної ситуації та розширення прав жінок в країнах Європейського Союзу засвідчує, що останні фактори фактичного впливу на демографічну ситуацію не справляють.

Отже, доходимо висновку, що гендерна рівність має не стільки позитивний, скільки негативний вплив на народжуваність у країні. В основному це пов'язано зі стереопізацією, оскільки, наприклад, жінки Африки, де найбільша народжуваність, просто не знають своїх прав, і їхні стереотипи щодо жінки-матері не є порушеними. В Європі ж модернізація призвела до ламання культу жінки-матері, що й вплинуло на зниження темпів народжуваності. В Україні ж на рівні із процесом модернізації проходить процес вестернізації. І українська влада має стежити за тим, щоб при руйнуванні стереотипів на їх місце приходили нові ідеали, і якщо руйнується ідеал жінки — берегині домашнього вогнища, то його має замінити ідеал великої родини, як вищої цінності суспільства.

This work is devoted to two questions which are very important for the Ukrainian society: to a gender question and a problem of decrease in birth rate. In this to work the analysis of a gender question in Ukraine, secondly, the analysis of influence of expansion of the rights of women on birth rate is considered, first. Analyzing communication of emancipation of women and birth rate, the author comes to conclusion, that expansion of the rights of women negatively influences birth rate.

Література

1. *Власенко Н. С., Виноградова Л. Д., Калачова І. В.* Гендерна статистика для моніторингу досягнення рівності жінок і чоловіків. — К.: Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2000. — С. 21–23.
2. *Жінка в Україні* // Матеріали національної доповіді на 4-й Всесвітній конференції зі становища жінок (Пекін, 4–15 вересня 1995 р.). — 60 с.
3. *Кобень О.* Жінка в політиці // Матеріали Всеукраїнського семінару “Формування політичного іміджу жінки-лідера” (21 лютого 1998 р.). — К., 1998. — 50 с.
4. *Мельник Т. М.* Гендерна політика в Україні. — К., 1999. — 92 с.
5. *Москаленко В. В.* Соціальна психологія: Підруч. — К.: Центр навч. літ-ри, 2005. — 624 с.
6. *Павличко С.* Фемінізм. — К., 2002. — 342 с.
7. *Романюк Т.* Жінка на ринку праці: проблеми гендерної дискримінації // Матеріали Всеукраїнського семінару “Формування політичного іміджу жінки-лідера” (21 лютого 1998 р.). — К., 1998. — 50 с.
8. *Толкунова І., Голець О.* Кар’єра й соціальні стереотипи // Соціальна психологія. — 2003. — № 2. — С. 64–73.

I. РЕВСЬКА

студентка III курсу,

Інститут соціальної роботи та управління НПУ

імені М. П. Драгоманова

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЕВРИСТИЧНИХ МЕТОДІВ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В ОРГАНІЗАЦІЯХ РІЗНИХ ТИПІВ

В сучасній соціології управління не існує чіткого розмежування того, в організаціях яких типів ефективніше використовувати евристичні методи прийняття рішень. Для сучасних умов невизначеності, коли ринок є не стійким, підвищується потреба у використанні творчих підходів до вирішення проблем управління організаціями.

Розробкою проблеми займалося багато видатних учених. Так, окремі висловлювання про евристичні дослідження можна виявити в працях Евкліда і Паппа. Цікаві спроби створити струнку систему евристики належать Декарту та Лейбніцу. Змістовні і деталізовані міркування щодо евристики можна відшукати у творчій спадщині Бернардо Больцано [1, 350]. Саймон і Ньюел використовували термін “евристичний” для характеристики особливого підходу до розв’язання завдання та вибору певного рішення [2, 76].

Різноманітні аспекти евристичного методу знайшли своє відображення у працях Я. А. Коменського, І. Г. Песталоцці, Дж. Дьюї та ін. Так, наприклад, Ян Амос Коменський писав, що правильне навчання — це не означає вбивати в голову якусь корисну інформацію, а “розкривати здатність розуміти речі, щоб саме з цієї здатності, як із живого джерела, потекли струмочки” живої думки [3, 11–106].

Використання евристичного методу (навчання математиці) у вигляді порад можна знайти уже в книзі відомого французького педагога-математика Лезана “Развитие математической инициативы” [4, 12–65].

Дістервег намагався на прикладі викладання стереометрії показати позитив евристичного методу. Він дійшов висновку, що для учнів

набагато важливіше дізнатися про шляхи доведення, аніж саме доведення.

Ідеї про евристичний метод розроблялися у працях А. В. Хуторського, М. М. Левиної та ін. Серед праць, присвячених питанням розвитку евристичного методу, слід назвати дослідження В. А. Крутецького, Д. Пойа, Л. М. Фрідмана, Є. Н. Турецького. Широко опрацьовані евристичні методи В. Колпаковим.

У цілому використання евристичних методів в організаціях різних типів не досліджувалося, але різні типи організацій розглядали Рейзберг, А. С. Гальчинський, П. С. Єщенко, Ю. І. Палкін, Ю. В. Ніколенко, С. В. Мочерний, М. В. Довбенко [5; 6; 7; 8].

Управління організацією — це досить складне завдання, його не можна виконати успішно, керуючись тільки сухими завченими формулами. Керівник повинен вміти поєднувати розуміння загальних істин з багаточисленними варіаціями, завдяки яким ситуації відрізняються одна від одної.

В період невизначеності, коли проблема невідома або нова, а інформації недостатньо, вона недоступна або недостовірна, виникає потреба у використанні евристичних методів прийняття рішень. Вони базуються на аналітичних здібностях особи, яка приймає рішення, її інтуїції, здатності оперативно порівнювати альтернативи з урахуванням набутого досвіду, але не можуть гарантувати безпомилкового вибору рішень [9, 120]. Звичайно, евристичні міркування розглядаються не як остаточні, а лише як попередні і правдоподібні для відшукування варіанту вирішення певної проблеми.

Евристичні методи прийняття рішень спрямовані на стимулювання розробки якомога більшої кількості альтернатив, збирання всіх пропозицій, навіть тих, що здаються безглуздими.

До найбільш популярних варто віднести такі групові методи: мозкової атаки, ключових питань, вільних асоціацій, інверсій, особистих аналогій, номінальних груп, синектики, 635, Дельфі; та методи індивідуальної роботи: Куе, Меттчета, ліквідації безвихідних ситуацій [10, 100]. Ці методи дозволяють відбирати ідеї для прийняття рішень, збирати інформацію в умовах невизначеності, досліджувати об'єкти управління, розвивати мислення.

В даній статті розглядається ефективність використання евристичних методів прийняття рішень в організаціях таких типів, як приватні, колективні і державні. Цей поділ здійснюється на основі форм

власності. Державні та приватні організації розглядаються у протиставленні, а колективні — як проміжна між ними ланка.

Використовувати евристичні методи прийняття рішень неефективно в державних організаціях, для яких характерним є централізоване прийняття рішень, використання формальних правил та процедур, вузько визначена відповідальність у роботі та жорстка ієрархія влади. Не можна не відзначити консервативну, негнучку структуру, чітко визначені і стандартизовані завдання, опір змінам, командний тип комунікацій, який іде згори вниз і має характер розпоряджень, інструкцій та рішень, прийнятих керівництвом. Все це свідчить про те, що така організація може діяти ефективно тільки за умов, коли використовується рутинна технологія, а саме, коли чітко визначено, де і як виконувати роботу, а середовище, в якому перебуває організація, є стабільним. Ці умови є майже повною протилежністю тим, за яких використовуються евристичні методи прийняття рішень.

Вони ефективніші у приватних організаціях, де помірно застосовуються формальні правила і процедури, широко визначена відповідальність, діє децентралізація, гнучка структура влади з невеликою кількістю рівнів ієрархії, участь працівників у прийнятті рішень низька. Така організація вирізняється готовністю до змін, динамічними, не жорстко визначеними завданнями, різнонаправленістю комунікацій (вертикальні, горизонтальні, діагональні), які мають характер інформації та порад. Отже, приватна організація може ефективно функціонувати за умов, коли існує висока невизначеність того, коли, де і як виконувати роботу, та існує складне і динамічне зовнішнє оточення. Особа, яка приймає рішення у такій організації, маючи на меті отримання максимального прибутку, розуміє, що для того, щоб організація була конкурентоспроможною на ринку, необхідно шукати різні альтернативи, творчо мислити в процесі прийняття рішень.

Що стосується організацій, заснованих на колективній формі власності, то в них формується відповідна економічна психологія, для якої притаманна: колективна свідомість, колективна турбота власників про інтереси окремих осіб, ідеологія зрівняльного розподілу суспільного багатства, відношення до спільної неподільної власності як до тієї, що не належить нікому конкретно, відсутність наявного зв'язку між особистим інтересом кожного працівника та інтересом усього суспільства. Тому використання евристичних методів прийняття рішень тут можливе.

Таким чином, евристичні методи прийняття рішень базуються на принципах (вимогах і правилах), що визначають стратегію і тактику особи, яка приймає рішення при розв'язанні слабо окреслених чи й зовсім невизначених проблем, стимулюють творче (образне) мислення, дозволяють генерувати нові ідеї для підвищення ефективності вирішення управлінських завдань.

При визначенні специфіки використання евристичних методів прийняття рішень відомо, що теоретично їх можна застосовувати в організаціях різних типів. Але зовнішнє середовище, в якому перебувають організації, швидко змінюється, і далеко не всі з них здатні пристосуватися до нових умов існування.

Перспективами для подальших досліджень є аналіз можливостей використання евристичних методів прийняття рішень в інших типах організацій, наприклад, в акціонерних товариствах, в товариствах з обмеженою відповідальністю, в товариствах з повною відповідальністю, в командитних товариствах тощо. Також перспективним є визначення того, які саме евристичні методи прийняття рішень ефективніше і доцільніше використовувати в організаціях різних типів.

This article author devoted to such problem as in what types of organizations are better use heuristic's methods. Also in the article was examined the history of heuristic's methods, their main point and variety.

Література

1. Завадський Й. С. Менеджмент: Management. — Т. 1. — К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1997. — 543 с.
2. Юкаева В. С. Управленческие решения: Учеб. пособ. — М.: ОПС, 1998. — 276 с.
3. Ланге О. Оптимальные решения. — М.: Прогресс, 1967. — 303 с.
4. Штойер Р. Многокритериальная оптимизация. Теория, вычисления, приложения. — М.: Радио и связь, 1992. — 169 с.
5. Курс економіки: Учебник. / Под ред. Рэйзберга. — М.: ОПС, 1997. — 734 с.
6. Основи економічної теорії: Підруч.: У 2 кн. — Кн. 2: Підприємство, маркетинг, менеджмент / Ю. В. Ніколенко. — К.: Либідь, 1998. — 272 с.

7. *Гальчинський А. С., Єщенко П. С., Палкін Ю. І.* Основи економічних знань: Навч. посіб. — К.: Вища шк., 1998. — 544 с.
8. *Мочерний С. В., Довбенко М. В.* Економічна теорія: Підруч. — К.: Видавничий центр Академія, 2004. — 856 с.
9. *Державне управління: Навч. посібник.* / За ред. А. Ф. Мельника. — 2-е вид., випр. і доп. — К.: Знання, 2004. — 342 с.
10. *Колпаков В. М.* Теория и практика принятия управленческих решений: Учеб. пособ. — 2-е изд., перераб. и доп. — К.: МАУП, 2004. — 504 с.

І. КУЗЬМИЧ

студентка III курсу,

Інститут соціальної роботи та управління НПУ

імені М. П. Драгоманова

ПРОБЛЕМА ЯК КЛЮЧОВИЙ МОМЕНТ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Прийняття рішень керівниками — складний та систематизований процес, що складається з ряду етапів та стадій. Він починається з формулювання проблеми та закінчується здійсненням дій, що її вирішують. Доки немає проблеми — немає потреби щось вирішувати. А оскільки управління являє собою комплекс взаємопов'язаних рішень, то в основі останніх завжди лежать певні проблеми. Теорія прийняття рішень досить молода галузь знань, тому поза її увагою певний час залишалося таке явище в управлінні як “проблема”. Проте уже нині теорія прийняття рішень за своїм статусом наближається до науки, а це потребує комплексного опрацювання таких понять як ціль, альтернатива та проблема, зокрема.

Над поглибленим вивченням проблемних тем теорії прийняття рішень працював і продовжує працювати ряд як світових, так і вітчизняних дослідників. Зокрема, вони приділяють відповідну увагу проблемі як основному рушію прийняття рішень керівниками, досліджуючи її сутність та раціоналізацію шляхів вирішення. Серед зарубіжних науковців можна назвати імена таких відомих американських учених, як М. Мескон, М. Альберт та Ф. Хедоурі. Вони, зокрема, виокремили два способи розгляду проблеми. Згідно з першим, проблемою вважається ситуація, коли мети не досягнуто, тобто проблему визначають за тим, що повинно було статися, але не сталося, за другим — як проблему розглядають потенційну можливість. [1, 202]. Повністю визначити проблему, за М. Месконом, М. Альбертом та Ф. Хедоурі, досить важко, тому що всі частини організації взаємопов'язані. У великій організації можуть бути сотні таких взаємних залежностей. Саме тому правильно визначити проблему — означає наполовину її вирішити. У результаті — діагноз проблеми, на

думку вчених, сам собою часто стає процедурою у кілька етапів з прийняттям проміжних рішень [1, 202].

У 1990-х рр. вивченням проблеми в процесі прийняття управлінських рішень починають займатися й вітчизняні вчені, зокрема О. С. Віханський та А. І. Наумов [2, 395–396]. Вони відзначають, що відхилення ситуації від заданого стану в ППР являє собою розрив між цілями організації та рівнем їх досягнення. А управлінські рішення при цьому — це організована реакція на проблему, що виникла. На їх погляд, вивчення ситуації спрямоване на визнання чи невизнання існуючої в організації проблеми. Також дослідники здійснюють поділ проблем на два типи — структуровані та неструктуровані. До першого типу відносяться рутинні та повторювані проблеми, а можливості та криза — до другого [2, 396].

Заслужують на увагу дослідження О. Василенка. Він визначає проблему як ситуацію, що характеризується таким розходженням між необхідним (бажаним) та наявним станом керованої системи, що перешкоджає її нормальному функціонуванню, розвитку і досягненню мети. Науковець рекомендує здійснювати поділ проблем на три класи: добре структуровані, або кількісно виражені проблеми, в яких суттєві залежності з'ясовано настільки добре, що вони можуть бути виражені в числах чи символах, що одержують числові оцінки; неструктуровані, або якісно виражені проблеми, що містять лише опис важливих ресурсів, ознак і характеристик, кількісні залежності між якими зовсім невідомі; слабо структуровані, чи змішані проблеми, які містять як якісні елементи, так і кількісні, причому якісні маловідомі та невизначені сторони проблеми мають тенденцію домінувати [3, 182–183].

Своєрідність у поглядах щодо вирішення проблеми зустрічається у дослідженнях Е. А. Смірнова [4, 18–19]. Він вважає, що проблема формується як різниця між поставленою метою і відповідною їй ситуацією. Групи проблем, за Е. А. Смірновим, можна звести в узагальнену проблему, що є індикатором ефективності реалізованих рішень. При формуванні узагальненої проблеми здійснюється спрощення та зменшення загальної кількості проблем за рахунок входження одних проблем у інші та виділення найважливіших серед них [4, 19].

Поряд з названими дослідниками на сьогодні активно працюють такі науковці, як В. М. Колпаков [7, 173–177], Д. К. Лафта [5, 13–22], Б. Г. Литвак [6, 61–66], В. С. Юкаєва [8, 37–46] та ін.

Незважаючи на вагомі дослідження науковців, все ж не зустрічалося комплексного бачення проблеми, що включало б такі основні моменти, як визначення її сутності та структури, дослідження як процесу, визначення основних типів та шляхів їх вирішення.

Таким чином, метою даної статті є спроба сформулювати комплексне бачення проблеми як ключового моменту при прийнятті рішень управліннями.

Перед тим як перейти до комплексного викладу суті проблеми, зокрема до з'ясування сутності цього феномена та структури, необхідно звернутися до визначення поняття. На сьогодні не існує загальноновживаного визначення цього терміна. Кожен з науковців дає своє. Так, скажімо, одні дослідники проблему визначають як критичну неузгодженість між бажаним та реальним станом речей [6, 16]. На думку інших, проблема — це поняття, що характеризує різницю між дійсним (реальним) та бажаним станом об'єкта управління [9, 223]. Ще інші вважають, що проблема являє собою об'єктивно виникаюче у ході пізнання питання, вирішення якого має істотний науковий або практичний інтерес [5, 22].

Проте усі вони не досить повно відображають дане поняття. Перед формулюванням власного визначення слід звернутися до самого походження терміна. Від грецького “проблема” означає “завдання”. А якщо це завдання, то обов'язково виникає необхідність його розв'язання, вирішення. Проте “завдання” не відображає суть поняття “проблема”. Сьогодення вимагає ширшого та глибшого визначення. Саме тому тут краще використовувати термін ситуація. Проте це не звичайна ситуація, а така, що характеризується певною суперечливістю речей і вимагає втручання ОПР (особи, яка приймає рішення).

З цього випливає, що проблема — це суперечлива ситуація, що характеризується розбіжністю між реальним та бажаним станом речей і обов'язково потребує втручання (для подолання розбіжності) певного суб'єкта, тобто особи, яка прийме відповідне рішення.

Наявність проблеми вважається усвідомленою, коли існує різниця між очікуваною та реальною діяльністю. Існує також припущення, що має місце тенденція до неправильного визначення, формулювання проблеми на перших етапах, а потім вона стає яснішою. Проте багато проблем, які на перший погляд здаються простими, навпаки, можуть виявитися в процесі їхнього вирішення складнішими.

Слід зазначити, що проблема має ряд загальних *властивостей*, які завжди необхідно враховувати:

- якщо це проблема, то її обов'язково потрібно вирішувати;
- неповторність ситуації вибору (ситуації абсолютно точно не повторюються);
- наявність труднощів при розгляді альтернатив вирішення проблеми;
- невизначеність послідовності прийняття рішення;
- необхідність врахування багатьох факторів;
- наявність людського фактора (особи, яка приймає рішення або групи осіб, що розробляють рішення), і, відповідно до цього, суб'єктивних аргументацій з приводу вибору рішення.

Проблема має свою *структуру*, її складають такі елементи, як предмет, об'єкт, суб'єкт, зв'язки, ціль вирішення. Предмет характеризує головне протиріччя, що виникло, між чим або ким має місце неузгодженість та виражає суть проблеми. *Об'єкт* визначає місце виникнення проблеми, тобто, де саме вона виникла (наприклад, у колективі, цеху, устаткуванні тощо). *Суб'єкт* — це той, хто зв'язаний з проблемою (соціальний чи інтелектуальний її елемент). *Зв'язки* характеризують як структурні міжелементні зв'язки (обмеження), так і відносини з іншими проблемами, тобто вони відображають те, з чим зв'язана проблема. *Ціль вирішення* проблеми відображається в тому, для чого, власне, необхідно вирішувати проблему [8, 37–46].

Слід наголосити, що кожна проблема зумовлена внутрішніми та зовнішніми чинниками. До внутрішніх належать цілі та стратегія організації, технологія та ресурси, структура виробництва, управління тощо. Вони формують організацію як систему, тому зміна одного з них зумовлює необхідність вжиття заходів, що зберегли б організацію як цілісну систему. Зовнішні чинники — це складові середовища, в якому працює організація. Вони можуть бути прямими і опосередкованими, загрозливими для неї і такими, що відкривають нові можливості.

При комплексному дослідженні проблеми в процесі прийняття управлінських рішень важливу роль відіграє дослідження проблеми як процесу. Його можна розглядати у двох аспектах: у ході вирішення проблеми та у ході її розвитку. Проте слід докладніше зупинитися саме на першому, оскільки саме усвідомлення основних етапів, через які проходить проблема у ході свого вирішення, сприяє кращій зорієнтованості керівника у подальшій проблемній ситуації [1, 202].

Першим етапом є діагностування проблеми, що передбачає усвідомлення та встановлення симптомів. Існують деякі загальні симптоми хвороби організації — низький прибуток, збут, продуктивність, якість, надмірні витрати, численні конфлікти в організації й значна плинність кадрів. Звичайно, кілька симптомів доповнюють один одного. Визначення симптомів допомагає визначити проблему в загальному вигляді. Виявлення причин виникнення проблеми передбачає збір та аналіз потрібної внутрішньої та зовнішньої (щодо організації) інформації. На цьому етапі проблема постає у загальному вигляді.

Наступним етапом, що впливає з попереднього, є формулювання обмежень та критеріїв, на які потрібно зважати при вирішенні проблеми та прийнятті рішення. Діагностування проблеми з метою ухвалення рішення повинно давати усвідомленість того, що саме можна з нею зробити. Багато можливих вирішень проблем організації не будуть реалістичними, оскільки або в керівника, або в організації недостатньо ресурсів для реалізації прийнятих рішень.

Обмеження коригувальних дій звужують можливості в прийнятті рішень. Керівник повинен визначити суть обмежень і тільки потім виявляти альтернативи. Після того як були визначенні обмеження та критерії, відбувається перехід до *третього етапу* — формулювання набору альтернативних рішень. Це передбачає виявлення всіх можливих дій, які могли б усунути причини проблеми й тим самим дати можливість організації досягти своїх цілей. Проте тут необхідне обмеження числа всього кількома альтернативами, які уявляються найбажанішими. Пошук оптимального рішення важкий, займає надто багато часу, дорого коштує.

Четвертим етапом є оцінка можливих альтернатив вирішення певної проблеми. Тільки після складання списку всіх ідей варто переходити до оцінки кожної окремої альтернативи. При оцінці рішень визначаються достоїнства й недоліки кожного з них і можливі загальні наслідки. Майже всі важливі управлінські рішення містять компроміс. Для зіставлення рішень необхідно керуватися стандартом, щодо якого можна виміряти ймовірні результати реалізації кожної можливої альтернативи. Якщо проблема була правильно визначена, а альтернативні рішення ретельно зважені й оцінені, зробити вибір, тобто прийняти рішення порівняно просто. Керівник просто вибирає альтернативу з найбільш сприятливими загальними наслідками. Однак якщо проблема складна й доводиться брати до уваги

безліч компромісів, або якщо інформація й аналіз суб'єктивні, може трапитися, що жодна альтернатива не буде найкращим вибором. У цьому випадку головна роль належить судженню й досвіду управління.

Процес вирішення проблеми не закінчується вибором альтернативи. Простий вибір напряду дій має малу цінність для організації. Для розв'язання проблеми рішення повинно бути реалізоване [1, 202].

Приймаючи рішення, керівник повинен прагнути знайти способи вирішення проблеми і досягнення мети найкращим (оптимальним) чином. На пошук оптимального рішення безпосередньо впливає тип розв'язуваної проблеми. В теорії прийняття управлінських рішень розглядаються чотири основні типи проблем: стандартні, добре визначені, слабо визначені, невизначені [7, 173–177].

Стандартні проблеми — це такі, яким властиві повна ясність і однозначність цілей, альтернатив, витрат, а також відпрацьована модель, що відбиває реальну систему і єдиний простий критерій для оцінки ефективності функціонування системи. Для вирішення стандартних проблем на основі заздалегідь вироблених процедур і правил використовуються визначені методи, що містять шаблоніві типові правила рішень. Деякі стандартні проблеми можна вирішувати, застосовуючи методи математичного програмування й оптимізації, диференціального вирахування, варіаційного вирахування, принцип максимуму, лінійне програмування, динамічне програмування, нелінійне програмування.

Добре визначені проблеми мають ясні цілі, елементи системи. Зв'язки між ними добре вивчені, а витрати й ефективність функціонування можна оцінити кількісно, хоча б у ймовірнісному вигляді. Ці проблеми вирішуються з використанням методів теорії дослідження операцій. В її основу покладено математичне моделювання, але моделюється не вся реальна система, а лише процес її функціонування, послідовність виконання ряду операцій. Для вирішення таких проблем можуть застосовуватися методи математичного програмування, використовувані для стандартних проблем, оскільки сутність або ідея рішення та сама — знайти оптимальне значення критерію ефективності операції (або функціонування системи).

Слабо визначені проблеми являють собою систему, у якій поряд з добре вивченими елементами і зв'язками є невивчені (або невідомі). Модель системи ймовірнісна, а ефективність функціонування оці-

нюється комплексним критерієм, іноді його й зовсім немає. Прикладом є проблема вибору способу досягнення мети, коли засоби протидії конкурентів не вивчені [7, 175]. Ці проблеми вирішують на основі методів, об'єднаних назвою “системний аналіз”. Особливістю пошуку вирішення їх є те, що відшукується рішення, що задовольняє кілька критеріїв ефективності. Його знаходять не обчисленням максимального (мінімального) значення одного критерію ефективності з усіх можливих для системи, а відкиданням тих альтернатив з відомих, котрі недостатньо ефективні хоча б за одним з кількох критеріїв. Таким чином, необхідно попередньо досліджувати проблему методами системного аналізу, а потім застосовувати методи теорії дослідження операцій. Системний аналіз, як більш загальна і гнучка, але менш точна методологія, при розробці і вирішенні проблем у бізнесі повинен випереджати застосування методів теорії дослідження операцій.

Невизначені проблеми протилежні стандартним. Пошук оптимального рішення дедалі ускладнюється з переходом від стандартних проблем до добре визначених, слабко визначених і невизначених. Тому віднесення конкретно розглянутої проблеми до того або іншого типу повинно відповідати її природі. Невизначені проблеми вирішуються частково кількісно-якісними або евристичними методами. Останні нині інтенсивно розробляються і широко застосовуються в сучасному бізнесі (методи експертних оцінок, побудови матриці щодо важливості факторів тощо) [7, 177].

Таким чином, проблема в процесі прийняття управлінських рішень є основним рушієм, без якого, власне, не виникає потреби у тому, щоб щось вирішувати.

З розвитком відносно молодій галузі знань — теорії прийняття рішень — дедалі більше актуалізовуватиметься потреба у поглибленому дослідженні феномена проблеми. Не охоплені аспекти, які на сьогодні можуть вважатися не досить зрозумілими або ж суперечливими, у майбутньому, відповідно до потреб управління в цілому, обов'язково будуть з'ясовуватися та докладно вивчатися.

This article is devoted to complex seeing of the problem as a basis moment of the process passing of the management's decision. Distinguished essence of the phenomenon of the problem, examined it's main point and variety, analyzed the character of the problem.

Література

1. *Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджменту. — М.: Дело, 1997. — 498 с.
2. *Виханский О. С., Наумов А. И.* Менеджмент. — 3-е изд. — М: Гардарики, 2003. — 528 с.
3. *Василенко О. А.* Теорія і практика розробки управлінських рішень: Навч. посіб. — К.: ЦУЛ, 2002. — 420 с.
4. *Смирнов Э. А.* Разработка управленческих решений: Учеб. для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 356 с.
5. *Лафта Д. К.* Управленческие решения. — М., 2002. — 391 с.
6. *Литвак Б. Г.* Управленческие решения. — М.: Тандем, 1998. — 412 с.
7. *Колпаков В. М.* Теорія і практика прийняття управлінських рішень: Навч. посіб. — 2-е вид., перероб. і доп. — К.: МАУП, 2004. — 504 с.: іл.
8. *Юкаева В. С.* Управленческие решения. — Учеб. пособ. — М.: ОПС, 1998. — 276 с.
9. *Фатхутдинов Р. А.* Управленческие решения: Учеб. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 314 с.

В. БРЯЗКУН

студентка II курсу,

Інститут соціальної роботи та управління НПУ

імені М. П. Драгоманова

ФЛЕШМОБ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: СУБКУЛЬТУРА ЧИ СПОСІБ УПРАВЛЯТИ ЛЮДЬМИ?

З кожним днем цивілізований світ дедалі частіше може спостерігати на вулицях міст так званий “флешмоб”. Актуальність його дослідження полягає в тому, щоб об’єктивно та правильно визначити, чим же є це явище в житті суспільства, оскільки на сьогодні науковці його майже не досліджують, а єдиним джерелом інформації про нього залишаються ЗМІ та Інтернет. Виняток становить книга американського соціолога Говарда Рейнгольда “Розумний натовп: наступ на соціальна революція”, у якій він стверджує, що за сучасного рівня розвитку інформаційних технологій, зокрема Інтернету та стільникового зв’язку, в будь-якому місці світу можна швидко зібрати велику кількість людей та управляти ними з певною метою. Оскільки люди, що називають себе флешмоберами, вважають, що емоції та почуття, які вони отримують під час акції, схожі до явища “хепінінгу”, то треба зазначити, що останнє вивчав С. Зонтаг. Саме його праця 1962 року знаходить своє відображення в порівняннях та подібності до “флешмобу” на сайтах флешмоберського спрямування.

Феноменом натовпу цікавилися Г. Лебот, З. Фрейд, В. Райх, Г. Тард, Г. Тох, С. Сигеле, Б. Сидис та інші. Нині вивченням “флешмобу” займаються журналісти, найоб’єктивнішими серед яких наведемо Олену Курячу, журналістку газети “Дзеркало тижня” (“Мистецтво руху” чи ліки від нудьги?), Ігоря Мартиніва з “Львівської газети” (“Помаранчевий флешмоб”) та статтю “Мистецтво стовпотворіння” в щотижневику “Контракти”. Але в більшості видань, присвячених цій темі, лише викладаються факти, без аналізу причин, ознак та наслідків. Тому ми спробуємо зробити когнітивний аналіз явища з позицій соціології.

В Інтернеті знаходимо велику кількість інформації про ідеологію, мету, проведення акцій та їх учасників. Але її не можна вважати об'єктивною, оскільки мобери пишуть самі про себе з відчуттям захоплення та ейфорії.

Почнемо з дослідження етимології слова Flashmob (у перекладі з англійської — миттєва юрба, хоча організатори віддають перевагу назві “розумна юрба”), тобто нова розвага, що набуває популярності в усьому світі. Це технологія, яка дає змогу будь-якій кількості незнайомих людей, домовившись через Інтернет, одночасно робити заздалегідь узгоджені абсурдні й абсолютно нешкідливі дії. Безпосередньо на самих форумах і спеціальних сайтах з'являються сценарії, в яких чітко прописано, що, де й коли. Будь-який “мешканець” Мережі може ознайомитися з таким сценарієм і взяти участь у запропонованому мобі. У багатьох великих містах світу вже сформувалися групи флешмоберів [1].

Найпоширеніша версія виникнення цього явища, це зафіксована подія, що відбулася у червні 2003 року в Нью-Йорку, коли близько 150 осіб одночасно увійшли до меблевого відділу магазину і попросили “любовний килим” за 10 тисяч доларів для “приміської комуни”.

Самі учасники цього руху дають йому визначення в своїх словниках:

Флешмоб (FlashMob, ФМ) — (дослівно — миттєвий натовп) — рух, котрий має унікальну ідеологію і не має аналогів у світовій історії. На практиці виражається в проведенні масових акцій, що позбавлені будь-якого змісту [2]. Флешмоб — це неочікувана поява незнайомих людей у певний час у раніше домовленому місці. Учасники за сценарієм роблять певні дії, а потім швидко розходяться, розчиняються в натовпі. Моб являє собою короткочасну, яскраву і трохи абсурдну акцію (зазвичай, 5 хвилин) за заздалегідь розробленим планом, що не має політичного чи соціального спрямування. Єдина мета мобу — це отримання задоволення учасниками [3]. У флешмобі вікових обмежень не існує, в основному — це люди 20–40 років.

Моб — ФМ-акція.

Мобер — це людина будь-якої статі, віку, раси, релігії і соціального статусу, котра бере участь у флешмобі [4]. Мобер — це людина, яка приносить користь суспільству, це духовна людина, яка займається власним розвитком, це оптиміст. Красу мобер вбачає насамперед у красі спілкування [5].

За словами моберів, флешмоб може організувати кожен. Для цього необхідно розробити добрий сценарій і розмістити його на сайті. Сценарії, як правило, обговорюються на відкритих форумах, найкращий визначається шляхом голосування. Щоб “мрія перетворилася в реальність”, треба більше людей — однодумців. Флешмоб — це явище мегаполісів, важливою умовою їх проведення є раптовість і випадковість, коли нікому зі спостерігачів до кінця не відомо чи люди діють за домовленістю, чи дивна синхронність випадкова.

Головні правила гри:

- не можна порушувати етичні норми;
- не спілкуватися з іншими учасниками моба на його тему, вести себе, як незнайомі люди;
- не приїздити на моб у кількості, що переважає 3 особи;
- не сміятися, бути серйозним;
- не спізнюватися;
- не привертати до себе уваги;
- не створювати скупчень;
- не мати конфліктів з міліцією;
- бути у тверезому стані;
- алкоголь, наркотики, статеві акти — нонсенс для справжнього мобу;
- мати при собі документи, що засвідчують особу [7].

Виходячи з самого значення слова флешмоб, а також враховуючи їхні правила, постає питання: чи можна назвати задіяних у грі натовпом? Ми можемо вважати моб подібним до такого різновиду натовпу, як експресивний — соціальна квазігрупа, яка завдяки активності людей організовується з метою особистісного задоволення її членів, що само собою вже є метою та результатом [8, 174]. Але у загальному розумінні натовпом називають скупчення людей, котре відповідає таким правилам: багаточисельність, висока комунікабельність між собою, висока емоційна забарвленість, неорганізованість, стихійність, нестійкість цілей, тобто відсутність загальної, усіма усвідомленої мети [6]. Проте ми бачимо, що моберам не дозволяється спілкуватися ні до, ні під час, ні після мобу, то ж високої комунікабельності немає. Єдине, що можна, то це знайти один одного на форумах в Інтернеті. Висока емоційна забарвленість теж відсутня, оскільки учасники мають серйозно, незважаючи на реакцію людей, робити абсурдні дії. Неорганізованість, стихійність — теж їм не притаманна, це засвідчують правила. У них є мета — отримати задоволення та свої-

ми діями зламати усталені стереотипи. До того ж мобери, хоча й видають себе за натовп, — це індивідуальність, хоча й не має права вирізнятися.

Усі мобери в один голос на всіх сайтах стверджують, що ними ніхто не керує, але ж невідомо, хто пропонує сценарії, хто за них голосує, чи не може це бути спланований хід для того, щоб за допомогою навіювання та відчуттям конформізму управляти думками та вчинками людей. На кожному сайті моберського спрямування можна знайти словник, значення слів яких потрібно знати усім. Наприклад, “маяк” — спеціальна людина, яка знаходиться на місці проведення деяких флешмоб-акцій для того, щоб подати умовний знак про її початок [2]. Це свідчить про те, що певна керованість їхніми діями все таки має місце. Суперечність у їхню ідеологію вносять і такі поняття, як Смарт-моб та Соушел-моб.

Social-моб — акція соціального та політичного спрямування. Усі соціальні акції автоматично класифікуються як політичні, якщо ідея акції може бути інтерпретована як така, що спрямована проти, чи за певні політичні сили. Мета акцій — розумно та нестандартно показати своє ставлення до стереотипів та стандартів поведінки різноманітних соціальних інститутів та організацій, що набридли.

Смарт-моб — це моб, спрямований саме на зміст, певну іронію над реальністю, він не має бути складним, з якою-небудь яскравою атрибуцією, щоб привернути увагу до важливих питань [4]. Але оскільки це все ж різновиди флешмобу, то вони мають бути позбавлені будь-якого змісту. Таким чином, мобери суперечать самі собі, оскільки якщо вони не натовп, то все одно їх поведінці притаманне соціальне відхилення, девіантна поведінка.

Соціальне відхилення — це не випадкові факти, а процеси, які набули певного поширення у суспільстві або виявляють до цього тенденцію [9, 80]. У нашому випадку його треба розглядати на масовому рівні. Воно перетворюється на девіантну поведінку — вчинки, діяльність людей, соціальних груп, які не відповідають встановленим у даному суспільстві нормам або визначеним шаблонам і стандартам поведінки [9, 80]. Отже, флешмоб можна визначити як девіантну поведінку молоді. Але оскільки це також є і складовою субкультури, то, можливо, доречніше це явище було б назвати саме так.

В основі флешмобу лежить абсурдність та синхронність дій. Але сотні тисяч людей щодня одночасно роблять безліч однакових дій: переходячи дорогу, дивляться спочатку ліворуч, їдуть у метрополі-

тені, щоб дістатися на роботу. Це все відбувається синхронно і до того ж у дуже великих масштабах, і всіх цих людей також об'єднує спільна мета — не потрапити під колеса авто, доїхати швидше до місця призначення тощо. І всі ми не претендуємо на субкультуру. Але саме на таке визначення претендують мобери, адже намагаються втілити в життя утопію. Виходячи з цього, доцільніше було б віднести моберство до утопічного руху в суспільстві.

Існує ще одна думка, що флешмоб — це новий вид мистецтва.

Флешмоб чимало увібрав у себе з історії перформенсу. В ньому є ознаки футуризму, здебільшого російського, дадаїзму, сюрреалізму, ситуаціонізму, перформенсу 70-х, акціонізму. Але тепер перформенс — одна з форм “мистецтва дії”, мета якого полягає у виконанні визначених, заздалегідь запланованих дій перед публікою. У деяких випадках перформенс передбачає участь глядача, а в деяких — ні. Флешмоб привносить у “мистецтво дії” нові прикмети: публічність і анонімність. Утім, новий рух претендує на мистецтво колективної дії. Але чи такий він новий? У багатьох, зокрема в Девіда Янга, ідеолога руху флешмобу в Росії, є грандіозні плани з перетворення флешмобу в моб-арт з допомогою найкращих російських художників-перформенсистів. Він вважає, що flashmob вичерпає себе. Моб-арт — нова форма на межі флешмобу, хепенінгу, перформенсу та інших видів мистецтва. “Це те, що досі вважалося авангардним мистецтвом. Тепер для цього є матеріал — люди, яких десятки й сотні. Вони готові до участі, це глина, до того ж одухотворена. Це інтерактивний вид мистецтва. Ти ніколи не знаєш, чим скінчиться моб. За нашими дослідженнями, люди, взявши участь у двох-чотирьох акціях, втрачають інтерес. Тому що немає надзавдання, немає великої мети”, — заявив він. “Мистецтво колективної дії” — це миттєвість, несподіванка, анонімність. І саме ці три чинники визначають його недовговічність. За даними опитувань серед мобівців, 60 % вважають флешмоб приколом, 3 % — самозамилуванням, а 23 % відмовились відповідати [1].

Перформенс — вистава, що орієнтується на аудіо-візуальне сприйняття. Один із різновидів сучасного мистецтва, що є синтезом різноманітних напрямків: театру, музики, спецефектів тощо [10].

Хепенінг — різновид акціонізму, найпоширеніший в авангардному мистецтві 60–70-х років. Хепенінг розвивається як подія, що є скоріше спровокованою, ніж організованою, однак ініціатори дії втя-

гують до неї і глядачів. У ньому яскраво відображене прагнення авангардизму до злиття з мистецтвом, з плином самого життя [4].

На даному етапі розвитку флешмобу ми можемо побачити спільні ознаки між наведеними поняттями, але новим напрямком у мистецтві моберство не є.

В Україні харків'яни приєдналися до нового міжнародного руху в серпні 2003 року. Для того щоб потрапити в “зону мобу”, необхідно було мати сонцезахисні окуляри та посвідчення особи. У призначений час мобівці дружно покашляли, вдягли окуляри і помахали пам'ятникові Леніна. Зараз в Україні центрами проведення мобів є Рівне, Харків, Луцьк, Суми, Дніпропетровськ, Донецьк, Севастополь, Сімферополь, Одеса, Луганськ, Херсон, Львів, Кіровоград. Існує тверда впевненість, що з кожним днем кількість моберів збільшується, а отже, і кількість сайтів, різноманітних сценаріїв, людей, які хочуть взяти у них участь, теж зростає.

Наймасштабнішою мобакцією можна вважати Помаранчеву революцію. Лист за день потрапив до десятків тисяч користувачів електронної пошти й дав старт ініціативі “Помаранчевий тиждень”. Люди пересилали лист одне одному, розповідали про його зміст друзям і знайомим, які не користуються Інтернетом, про нього написали ЗМІ. Кажуть, що саме ця акція започаткувала “помаранчеву моду”, що переросла в помаранчевий листопад і в помаранчеву революцію. Через рік з тієї ж скриньки розіслано послання, автори якого закликали прийти 25 жовтня о 19.00 із помаранчевою символікою на майдан Незалежності, щоб на годину-дві знову відчувати дух революції, поспілкуватися між собою, повернути ті відчуття, які переживали торік. “Помаранчевий флешмоб — це не політична акція. Просто прийди, посміхнися, згадай свій Майдан і як усе починалося”, — пишуть автори листа, додаючи прохання розіслати його всім, як і минулого року [10].

Проаналізувавши дані про флешмоб в ЗМІ, можна дійти висновку, що у чистому вигляді, так як зазначено в ідеології моберів, його або дуже мало, або взагалі не існує.

Моб стає помітним для людей лише тоді, коли набуває певного забарвлення, адже не всі ми можемо стати його безпосередніми свідками.

Дуже хотілося б вірити в принципи флешмобу: пряма демократія, відсутність політичної спрямованості, задоволення, нешкідливість, краса, а, головне, в те, що ними ніхто не керує. Але ми пам'ятаємо, що

“ніщо не береться з нікуди і в нікуди не зникає”, а також — “якщо зірки запалюють, то комусь це потрібно”.

Отже, можна сказати, що флешмоб — це форма управління людьми. Її характер для багатьох моберів є латентним, їм навіюють і переконують, що вони самі керують усім, що все в їхніх руках. Зараз це може демонструватися на примітивних акціях, але все велике починається з малого. Теракти теж організовують однокдумці. Зокрема, атаки “Аль-Каїди” 11 вересня 2001 року готувалися і координувалися теж за допомогою сучасних інформаційних технологій. Тобто доцільніше дане явище в суспільстві назвати технологією управління масами. З цього випливають перспективи подальших досліджень, що є безмежними, оскільки флешмоб може досліджуватися з різних точок зору: з політичної, культурної, соціальної та психологічної.

Людина влаштована так, що їй швидко все набридає, а флешмоб є засобом від нудьги. Залежно від змісту мобу — він може досягати різних цілей. Вже нині спеціалісти різних сфер послуг зрозуміли, що такі акції дозволяють випадковому перехожому, потенційному споживачеві відчувати себе причетним до унікальної інформації, стати учасником чогось незвичайного.

Залежно від того, як точно та об’єктивно буде досліджене це явище з різних точок зору, таким і буде його подальший розвиток.

In the article from position of kognytyvnoho analysis the phenomenon of fleshmob is explored. Basic attention is spared to research of ideology, rules and value of this phenomenon for a modern man. The problem of objective determination of fleshmob is examined. The analysis of displays of it is conducted in life societies and future prospects of his development.

Література

1. *Куряча О.* “Мистецтво руху” чи ліки від нудьги? // <http://www.zn.kiev.ua/nn/show/563/51137/>
2. *Слова, які використані* // <http://www.flashmob.md/index.php>
3. *Читай* внимательно, тут есть ответы на все вопросы // <http://fmob.kiev.ua/readme.php>
4. *Словарь моббера* // http://www.flashmob.blaga.ru/art_slovar.shtml
5. *Идеология движения* // http://www.flashmob.blaga.ru/art_ideology.shtml

6. *Социальная психология* / Под ред. А. Л. Журавлева // <http://yurpsy.by.ru/biblio/socpsy/10.htm>
7. *Общие правила* // http://www.flashmob.blaga.ru/art_obpr.shtml
8. *Фролов С. С.* Основы социологии: Учеб. пособие. — М.: Юристъ, 1997. — 344 с.
9. *Соціологія: терміни, поняття, персоналії: Навч. словник-посібник* / За заг. ред. В. М. Пічі. — К.: Каравела; Львів: Новий світ-2000, 2002. — 480 с.
10. *Флешмоб* // <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
11. *Мартинів І.* Помаранчовий флешмоб // <http://gazeta.lviv.ua/articles/2005/10/24/10036/>

РЕКЛАМА ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ

На відміну від західних країн в Україні законодавство про рекламу ще недостатньо чітко опрацьоване. Зокрема, в Законі “Про рекламу” немає жодної статті чи норми, спрямованої на недозволеність відтворювати гендерні стереотипи і сексуалізацію реклами взагалі. У зв’язку з цим часто рекламні матеріали нав’язують перекручене уявлення про розподіл соціальних ролей у суспільстві, що, в свою чергу, може негативно вплинути на взаємовідносини жінок і чоловіків, особливо серед молоді. Ще одна проблема — маніпулятивні прийоми у рекламі. Впливаючи на почуття, думки, емоції людини, вони часто підштовхують її купувати ті товари, в яких може і не має потреби.

Мета статті — розкрити сутність найпоширеніших соціальних стереотипів у рекламі, а також з’ясувати, яким чином маніпулятивні техніки впливають на рішення споживачів придбати певний продукт чи послугу.

Термін “реклама” походить від латинського *resclamare* — викрикувати (у Давній Греції і Римі оголошення голосно викрикувалися на майданах та в інших людних місцях). Нині реклама є найдієвішим засобом впливу на покупців і споживачів [2, 5]. Загалом, поняття можна визначити так: *реклама* — це друковане, рукописне, усне або графічне повідомлення про особу, товари, послуги або суспільний рух, відкрито опубліковане рекламодавцем й оплачене з метою збільшення обсягів збуту, розширення клієнтури, одержання голосів або суспільної підтримки.

Реклама формує світосприйняття і впливає на психіку. Однак наразі доводиться говорити не про хороші наміри, а про консолідовану волю, щоб маніпулювати свідомістю. Що більша схожість між продуктами, то меншу роль відіграє розум у процесі їх вибору. Сьогодні реклама працює, діючи на підсвідомість людини. Вважається, що споживач вже давно нічого не формує. Його самого формує реклама.

Купуючи товар, будь-яка людина відчуває тиск, орієнтуючись на традиції, думку сусідів і т. д. Рекламний же тиск в десятки разів сильніший [7, 1].

У вдалим рекламних зразках товар “вмонтовують” у ситуацію, яка у потенційного споживача викликає позитивні емоції і закріплює позитивні асоціації. Ось чому таким важливим є питання про образи, стереотипи, які використовуються у рекламі. Під “*соціальним стереотипом*” розуміють стандартизований, стійкий, емоційно насичений, ціннісно-визначений образ. Професор Ю. А. Левада називає стереотипи готовими шаблонами, “літійними формами”, в які вливаються потоки суспільної думки. Стереотипи суспільної думки формуються і закріплюються засобами і середовищем самого спілкування, у тому числі мас-медіа.

Одним з найпоширеніших соціальних стереотипів є *гендерний*, що заснований на уявленнях про маскулінне і фемінне та їх ієрархії, прийняті в суспільстві. Часто гендерні стереотипи вирізняються сексизмом щодо жінок. Стереотипи жіночості і чоловічості не просто формують людей — вони часто приписують людям, залежно від статі, певні психологічні властивості, норми поведінки, рід занять, професії тощо. Суворі обмеження, які стереотипи накладають на жінок, часто призводять до стресів і невдач. Марта Горнер провела цікаві дослідження і знайшла відповідь на питання, чому дівчатка практично в усіх країнах світу, які мають кращі шкільні бали, у старших класах починають гірше вчитися. Така ситуація є наслідком сексистських стереотипів, які нав'язані сім'єю, школою, ЗМІ. У 15-річних дівчат формується комплекс, який М. Горнер назвала “страхом успіху”, бо досягнення жінок в освіті та інтелектуальній сфері часто пов'язують із відсутністю жіночості (“Забудьте, що Полгар жінка!” — заявив гротмейстер Ю. Авербах після успіхів 20-річної угорки на “чоловічому” шахматному турнірі). На рівні суспільної свідомості закладено негативне ставлення до жінки-лідера взагалі. Нерідко через різні причини ці жінки самотні. Однак самотність, як показали дослідження соціологів, травмує таких жінок не тому, що вони самотні, а тому, що так їх сприймають люди [7, 2].

У 90-ті роки стереотипізація жінок посилилась: жінка є частиною або інтер'єру кухні, або дитячої, або сексуальним об'єктом. Реклама наголошує, що в Україні приготуванням їжі, пранням, доглядом за дітьми займаються тільки жінки. Образ Прачки, яка захоплена порошком “Тайд” і “Аріель”, став звичним на наших телеекранах вже

давно. Реклама фіксує і “вмонтовує” у свідомість, що в українських сім’ях прання — це жіноча справа. Варто послухати, як скаржитися героїня реклами відбілювача “Ваніш”: її чоловіку дістається піца, а їй плями від піци. Ні їй, ні героїні ролика “Тайд”, де батько грається з синами, забруднюючи одяг, і не спаде на думку обуритися, що для неї додається роботи. Такі ролики чітко фіксують соціальний стереотип: чоловіки забруднюють одяг — жінки перуть. Жінки займаються і прибиранням — тому їх показують у рекламі побутової техніки, засобів для чищення тощо. Приготуванням їжі в українських сім’ях теж займаються здебільшого жінки: вони присутні майже у всіх рекламних роликах про продукти харчування, особливо олію, майонез, бульйонні кубики. Наприклад, у ролику “Магі” жінка готує обід, а чоловік грає на фортепіано з дітьми. У подібних роликах чоловіки бувають у двох ролях — споживача та експерта — шеф-кухаря (кухар у ролику кубиків “Кнор”) [7, 3].

Отже, жінки в рекламі виконують побутові ролі, хоча сучасна побутова техніка не потребує будь-яких спеціальних “жіночих” якостей. Із загального обсягу телереклами 43 % припадає на таку, що пропонує жінці засоби для догляду за собою (косметика, парфумерія, ліки), а решта 57 % — засоби для догляду за домом, чоловіком, дітьми.

Таким чином, реклама, діючи на підсвідомість людини, закладає гендерні стереотипи, певне сприйняття світу, ставлення щодо місця жінки в ньому. І, виходячи з рекламних образів, місце це підлегле, другорядне. Навіть у рекламному ролику шоколаду “Мілка”, здавалося б, на перший погляд, такому доброму, відображено другорядне місце жінки. Ніжний жіночий голос за кадром розповідає, з якого якісного молока зроблений шоколад, що його на передньому плані почергово ламає з одного боку жіноча рука, а з іншого — чоловіча. В кінці показу руки потягнулися за останнім шматком. І хто ж його взяв? Звичайно, чоловік.

В українських ЗМІ зустрічаються рекламні ролики, в яких показують жінку як негарну, потворну, тому її можна зрадити, обдурити. Наприклад, у рекламі масла “Азмол” сюжет розгортається так. На заправці чоловік середнього віку виходить з престижної машини і каже, що він не зраджує двом речам — маслу “Азмол” і жінці. І в кадрі з’являється його жінка — потвора. У цей час під’їжджає інша машина, а з неї виходить молода, струнка дівчина, чоловік дивиться на неї сексуальним поглядом і каже: “Ні, швидше за все, я не зраджу

тільки маслу”. Ця реклама неетична, вона порушує загальновизнані норми гуманності та моралі.

Варто окремо зупинитися на рекламному ролику горілки “Старий друг”. Дзвінок у двері. П’яний чоловік повернувся додому і, зазираючи в “очко”, корчить гримаси. Жінка (чути тільки її голос) наказовим тоном, до речі, російською мовою, питає: “Встретил старого друга?”. Хоча самої жінки в кадрі не видно, але тембр та інтонація голосу викликають у більшості людей образ товстої злої жінки (стереотип “русская женщина”). А чоловікові нічого не залишається, як сказати їй неправду. Він відповідає: “Ні, не зустрів”. Потім, подумавши, додає: “Так, зустрів!”. Далі йде текст за кадром “Встречайте в каждом магазине”. Тобто не слухайтеся злої жінки, купуйте і пийте горілку. Особливістю цього ролика є те, що він двомовний. Росіянка наказує дурню-українцю. Це неприхований, зухвалий психологічний удар, який формує відповідний стереотипний образ, по українському етносу [7, 4–5].

Реклама — потужний засіб сексуального лікбезу, диктує моду. Нездарма в німецькій мові слово “реклама” дослівно означає “любовне бажання”. Часто товар рекламують, використовуючи звабливі сексуальні символи або сексуально звабливі ситуації, — і в 82 % такої реклами приманює жіноче тіло. Є багато роликів, в яких рекламуються будматеріали, машинні масла, комп’ютери, автомобілі, меблі та інші промислові товари на тлі гарних жінок у бікіні й у звабливих позах. Водночас оголене чоловіче тіло в рекламних матеріалах тих же будматеріалів та машин трапляється зрідка. У ситуації сексуалізованої реклами діє дуже проста схема: з одного боку, звабливе жіноче тіло робить звабливим і товар, який рекламують, з іншого — купуючи (внаслідок дії такої реклами) цеглу або паркет, споживач підсвідомо “купує” і гарну жінку з рекламного ролика.

Сексуалізованої реклами на українському телебаченні більше ніж достатньо. Яскравим прикладом може слугувати реклама шоколаду “Корона”. У рекламних роликах ми не бачимо оголеного людського тіла. Реклама дешифрує позасвідомі інстинкти і, вивільнивши лібідо (сексуальну енергію), пропонує їй вихід через купівлю. Не вдаючись до психоаналітичної теорії, треба зазначити, що рекламна кампанія геніальна з огляду на вибір маніпулятивного інструменту впливу на підсвідомість.

Зміст ролика такий: чоловік сидить на дивані, їсть шоколад “Корона”, і перед ним з’являється жінка-галюцинація, яка виконує сек-

суальний танець. За кадром чути слова: “Корона — смак бажання”. Тобто сексуальне бажання “прикріплюється до товару”.

Не секрет, що українське населення сприймає рекламу з роздратуванням. Це відбувається насамперед тому, що більшості рекламованих товарів просто недоступні, ними це сприймається як знущання. Тому реклама сьогодні — додатковий подразник, а можливо, деякою мірою і детонатор соціального вибуху [1, 137]. Нерідко рекламне повідомлення виробляється так, що викликає у потенційних споживачів комплекс соціальної неповноцінності, зайвої людини в країні, агресію і соціальну напругу. Приклади подібних реклам: “Ви не наш клієнт, якщо у вас немає 50 тисяч”, “У вас буде те, чого немає ні у кого”, “Коли довкола роздягають, ми одягаємо”.

Будь-яка реклама — це, звичайно, маніпуляція свідомістю і підсвідомістю людей. При спробі визначити місце маніпуляції в рекламній діяльності дослідники зіштовхуються з розмитістю терміна. Хтось вважає, що сутність маніпуляції — в підштовхуванні людини до дії. В цьому випадку будь-яка реклама — це маніпуляція. На думку інших, під цим терміном розуміється обов’язкове “зомбування” аудиторії такими напівмістичними техніками, як застосування 25 кадру або наднизьких звукових частот. У такому випадку психологічні і будь-які інші маніпуляції у рекламі є міфом.

У спробі встановити істину слід спочатку визначитися з термінологією. Слово “маніпуляція” походить від латинського *manipulus* (“жменя, купка, невелика кількість”), яке, в свою чергу, зобов’язане своїм коренем слову *manus* — рука. В давньоримському війську існувала невелика (приблизно 120 чоловік) військова одиниця — маніпула (“маленька група”).

Тлумачний словник іншомовних слів визначає термін “маніпуляція” в найзагальнішому значенні, як “складний прийом, дія над чим-небудь при роботі ручним способом, демонстрації фокусів і т. д.” [4, 413]. В Оксфордському словнику англійської мови значення цього слова пояснюється, як поводження з об’єктами зі спеціальним наміром, особливою метою, як ручне керування, як рухи, що здійснюються за допомогою рук, ручні дії.

Переносне значення терміна словник іншомовних слів характеризує за допомогою синонімів: “витівка, махінація, афера”. Схожий за змістом опис зустрічається і в Оксфордському словнику: “акт впливу на людей чи управління ними або речами зі спритністю, особливо зі зневажливим підтекстом, як приховане керування чи обробка”.

Фактично термін двічі переносився з одного контексту в інший, поступово розширюючи сферу свого застосування. В неметафоричному сенсі термін означає складні дії, що виконуються за допомогою рук: управління важелями, довільне поводження з предметами і т. д., що потребують майстерності при виконанні. Ці обов'язкові атрибути маніпуляції — спритність і майстерність — дозволили розширити поняття і застосовувати його щодо фокусів та азартних ігор.

Найважливіший момент в історії поняття — перехід від прямого значення до переносного, тобто народження метафори. Сутність переходу в тому, що об'єктом маніпуляції стають не предмети, а люди, водночас інструментами маніпуляції виступають не руки або технічні пристрої, а інші засоби.

Отже, для того щоб називатися маніпуляцією, методика впливу або сам вплив на аудиторію повинні мати такі обов'язкові атрибути:

- чітко визначений намір, мету впливу;
- управління, контроль над об'єктом впливу для досягнення поставлених цілей;
- прихованість, неочевидність впливу;
- спритність, майстерність маніпулятора [5, 43].

Загалом, термін “маніпуляція” можна визначити як систему засобів ідеологічного, духовно-психологічного впливу на масову свідомість з метою нав'язування певних ідей, цінностей, норм поведінки. Можна виділити найпоширеніші прийоми маніпуляції у рекламі:

1) *Ілюзія вибору*. В рамках цієї стратегії клієнту пропонують вибирати між тим, що потрібно продавцю, і тим, що продавцю потрібно. Приклад: “ Ви можете придбати упаковку в 200 грамів або 400 грамів продукту”, “ Ви можете купити продукт в зеленій або синій упаковці” [1, 44].

2) *Використання незрозумілих слів і термінів* [3, 17–26]. Найчастіше різноманітні “наносомі”, “коензіми”, “кераміди” зустрічаються у рекламі косметичних засобів для жінок, і це не випадково: саме жіноча частина аудиторії схильна довіряти подібним термінам [6, 21]. Використання маловідомих наукових термінів створює в аудиторії враження професійного і компетентного підходу, підвищує в її очах вагомість наданих доказів.

3) *Метод “надуманого сорому”*. Для цього методу характерні фрази типу: “Вам, звичайно ж, відомо, що...” Таке формулювання підштовхує людину прийняти факт, що повідомляється, за абсолютну істину лише для того, щоб позбутися сумнівів у власній обізнаності.

Страх саме за це — одна з емоцій, що помітно знижує критичне ставлення людини до отримуваної інформації. Іноді в рамках цього прийому використовується елемент лестощів: “Ви знаєте, що гідні найкращого, і тому...” Людина починає вірити, що придбання даного продукту дозволить їй увійти в коло найбільш гідних (сучасних, гарних, практичних), підвищить її самооцінку і статус в очах оточення.

4) *Недостатнє інформування*. Метод полягає в наданні аудиторії такого набору даних, який не дозволяє скласти повне уявлення про продукт чи послугу. Інший прийом маніпулювання — метод *надлишкового інформування*, навпаки, являє собою надання такої кількості фактів, що вони фізично не можуть бути швидко перевірені та зіставлені.

5) *Посилання на авторитет*. Авторитетну думку може висловити людина маловідома, але завдяки своїй кваліфікації має багато знати про продукт, що рекламується (розповідь лікаря-дієтолога про продукти харчування, перукаря — про шампунь тощо). Дуже часто замість спеціалістів задіюються відомі люди, які не мають жодного професійного відношення до продукту. Цей прийом дуже дієвий щодо молодіжної аудиторії. Тут в першу чергу приваблюють популярні музичні виконавці. Це пов’язано з тим, що в період самоідентифікації особистості поп-зірки є яскравим орієнтиром для наслідування. Нарешті, авторитет може бути знеособленим. Реклама посиляється на абстрактних “спеціалістів”, “лікарів”, “лабораторії” [5, 47].

6) *Нав’язування альтернативи “або... або”*, що обмежує вибір аудиторії. Зазвичай слухач (або глядач) чує ультиматум: “або карієс, або зубна паста “А”. Така альтернатива є вигіднішою для рекламодавця, ніж реальна: “шампунь “А”, або шампунь “В”, або шампунь “С”.

У випадку, коли аргументів на користь придбання товару явно не достатньо, маніпулятор може перейти до техніки “чому б не...”. Її сутність полягає у тому, що основний доказ “за” — відсутність доказів “проти”. Замість розповіді про те, чому варто придбати продукт, говориться: немає причин, чому б його не спробувати.

7) *Гра на стереотипах*. Стереотипи прискорюють усі процеси у суспільстві, допомагаючи йому виживати. Водночас стереотипи — найкращий подарунок будь-якому маніпулятору [3, 27–29]. Можна навести деякі стереотипи:

- а) дефіцит завжди хороший і цінний;
- б) дорогий товар — хороший товар;

в) традиційне — завжди якісне і гідне придбання;
г) якщо всі так роблять — значить, це правильно;
д) якісний товар повинен бути виготовлений із екологічно чистої сировини.

Саме завдяки цим стереотипам дорогі товари часто випускаються обмеженою партією (хоча ніяких об'єктивних причин на це немає), а на більшості винних пляшок стоїть позначка “з... року”. Стереотип щодо екологічно чистих матеріалів поки що поширеніший у західних країнах. Його зручність полягає в тому, що поняття екологічної чистоти є дуже розмитим і застосовується у рекламі практично в будь-якому контексті.

8) *Нерепрезентативність статистичної вибірки.* За рахунок неправильної методики відбору об'єктів дослідження людина позбавляється можливості провести всебічний і неупереджений аналіз ситуації. Наприклад, у рекламному повідомленні лікар-стоматолог заявляє, що з кожних десяти оглянутих ним відвідувачів вісім неправильно чистять зуби. Почувши це, аудиторія зробить висновок, що 80 % всього населення має цю проблему, хоча в рекламі йшлося лише про відвідувачів стоматолога [5, 50].

9) *Неповне порівняння.* Це означає, що продукт порівнюється з предметом, що не називається. Наприклад, на етикетці електричної соковижималки написано, що пристрій дозволяє отримати “на 30 % більше соку”. Механізм дії прийому такий: якщо на полиці магазину стоять два пристрої і один з них дає на “30 % більше соку”, то чому б не придбати саме його? Пізніше споживацька організація з'ясувала, що порівняння проводилось з ручною соковижималкою. Так само, скажімо, електрична зубна щітка порівнюється не з аналогічними продуктами конкурентів, а зі звичайною щіткою.

10) Зручним для маніпулятора при роботі зі статистикою є лінгвістичний зворот — “до + велика цифра”. Кажучи про поліпшення, які чекають на потенційного споживача, повідомляють, наприклад, що відбувається збільшення довжини вій до 50 %. Аудиторія частіше за все не усвідомлює, що і нуль, і 2 % — це також до “50”. Таким чином, навіть мінімальний ефект від застосування засобу не гарантується [5, 51].

Отже, реклама здатна не лише створювати нові потреби у товарах, а й формувати світоглядні, естетичні смаки, соціальні цінності, стереотипи, стиль життя, моральні принципи тощо. При чому це відбувається зовсім непомітно для людини. Тому дуже важливо усві-

домлювати не лише позитивні, корисні сторони реклами, а й небезпеки, які вона в собі приховує.

This article reveals the essence and the content of the main social stereotypes, which are used in Ukrainian advertisement and also their influence on human's outlook. A lot of concrete examples, which describes these stereotypes are given. Also main methods of manipulation in advertisement and their content are described in the article.

Література

1. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы: Учеб. пособие. / Науч. ред. М. В. Удальцова. — М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2000. — 230 с.
2. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність: Курс лекцій: — К.: МАУП, 2002. — 240 с.
3. Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. — М.: Изд-во Ин-та психотерапии, 2000.
4. Толковый словарь иноязычных слов / Под ред. Л. П. Крысина. — М.: Русский язык, 1998.
5. Белгородский А. А. Манипулятивные методы в рекламе // Маркетинг в России и за рубежом. — 2005. — № 6 (50).
6. Козицкая Н. Из чего сделаны девочки? // Индустрия рекламы. — 2004. — № 10 (60).
7. Шпанер Л. Образ жінки у телерекламі: погляд психолога // <http://www.mediakrytyka.info>. — 2004. — № 1.

В. ШОСТАК

студентка V курсу,

Запорізький національний університет

СТАНОВЛЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В ІНФОРМАЦІЙНУ ДОБУ

За останню чверть XX ст. у світовому розвитку відбулися процеси, які суттєво вплинули на практику світового інформаційного обміну та створили необхідні передумови для формування інформаційного суспільства.

Сучасний світ стоїть на порозі глобальних змін: на рівні індивіда, людських спільнот, організацій, суспільств, міжнародного співтовариства в цілому. Цей процес проявляється в усіх сферах людської життєдіяльності: стосунках між людьми, відносинах між людиною та природою. Людство об'єктивно опинилося в глобальній кризі, оптимальним виходом із якої присвячуються сьогодні багато наукових досліджень, розробок, проектів, одним з яких є теорія інформаційного суспільства.

Вивчення питань глобальних змін, що окреслилися, з метою вироблення відповідних рекомендацій і програм, дозволило б прискорити формування глобального інформаційного суспільства. Ця проблема має багаті традиції у руслі концепцій постіндустріалізму. Серед закордонних авторів, що займаються цими проблемами, слід назвати: Д. Белла, Е. Тоффлера, К. Боулдінга, З. Бжезинського, А. Турена, Дж. Гелбрейта, Р. Арона, П. Серван-Шрайбера, М. Понятовського, М. Хоркхаймера, Ю. Хабермаса, Н. Лумана, М. Маклюєна та ін. Інформаційно-технологічні передумови виникнення інформаційного суспільства аналізуються в працях: У. Дайзарда, Дж. Пейсбита, Р. Айрися, Дж. Марина, Т. Стоуньєра. Інформаційне суспільство в соціальному вимірі розглядається в роботах: Й. Масуди, І. Кішида (Японія); В. Дайзарда, Дж. Пелтона, Дж. Мартіна, Т. Беккера, Д. Мура (США); Г. Крауха, Р. Брейтенштейна (Німеччина); М. Понятовської (Франція), Ф. Ферраротті, М. Кастельса та ін.

В українській історіографії проблему становлення інформаційного суспільства досліджує О. Зернецька. Політичні аспекти інформ-

тизації виділені і досліджені в працях В. Горбатенка, А. Сіленко, А. Дубаса, В. Коляденка та ін. В Росії загальні питання концепції інформаційного суспільства розвивають: О. М. Вершинська, Ю. А. Нисневич, І. С. Мелюхін, А. В. Волокітіна, Б. В. Кристальний, Д. С. Черешкін, Г. Т. Артамонов, М. М. Курносов. В Україні загальну проблематику інформаційного суспільства розробляють: Лях В. В., Нечитайло В. М., Журба С. та ін.

Феномен цієї загальносоціологічної теорії досить парадоксальний і полягає у тім, що технологічний прогрес, який багато в чому призвів до порушення природного балансу на нашій планеті, водночас спричинив таке явище, як інформаційно-комунікаційні технології. Однак вони так надалі й залишалися б тільки на рівні технічних засобів подальшого технократичного вдосконалення, якби не отримали соціального статусу, тобто людського виміру, через людину і для людини.

Нині інформаційна революція останніх десятиліть дедалі більше визначає сутність нашої епохи. Новітні інформаційні технології та їхнє найяскравіше втілення — Інтернет здійснюють могутній перетворюючий вплив на всі сфери життя сучасного суспільства. Глобальність процесів, що відбуваються, неминуче підвищує інтерес до теоретичного осмислення соціально-політичних особливостей інформаційного суспільства і до емпіричного вивчення впливу інформаційних технологій, насамперед Інтернету, на трансформацію наявних соціально-економічних і політичних структур.

Інформаційне суспільство, таким чином, виступає водночас і продуктом національного розвитку, і результатом глобалізації. Це, у свою чергу, змушує визначати оптимальну модель розвитку інформаційного суспільства, яка враховувала б національну специфіку, особливості сучасного етапу суспільного розвитку та тенденції загальноцивілізаційного процесу.

Нині сучасні комп'ютерні інформаційні технології впроваджено практично в усі сфери діяльності людини: бізнес, освіту, охорону здоров'я, державне управління, інформаційні послуги, дозвілля тощо. Одна з експертних оцінок цифрової економіки вказувала, що у 2003 році приблизно 5 % валового продукту в світі мало припадати на інтернет-економіку. Через п'ять років кожен другий фахівець здобуватиме другу вищу освіту дистанційним шляхом. Одним з підтверджень швидких темпів зростання числа споживачів Інтернет-послуг є дані дослідження (проведеного американською компанією Nua.

com), відповідно до якого 10 % населення Землі, або 580,78 млн. чоловік, мають доступ до мережі Інтернет. За рівнем проникнення у “світову павутину” у травні 2002 р. лідирувала Ісландія, 69,8 % населення якої мало доступ до Інтернету. Друге місце за цим показником посіла Швеція (64,68 % жителів), третє — Данія (60,38 %), далі — Гонконг (59,58 %) і США (59,1 %). Дуже важливий момент: під час дослідження з’ясувалося, що “цифровий розрив” між розвинутими країнами і такими, що розвиваються, продовжує збільшуватися. У Європі проживає 32 % усіх користувачів мережі, у Латинській Америці — лише 6 %, на Близькому Сході та в Африці — 2 %. Це пов’язано з розвитком телекомунікацій. І тут байдуже, де причина, а де наслідок: кількість користувачів Інтернету обумовлена рівнем життя населення розвинутих країн. Швидше за все можна говорити вже про “взаємодоповнюючий ефект” соціально-економічного розвитку і широкого використання “світового павутиння” у технологічно розвинутих державах [1].

За даними досліджень, проведених в Україні, кількість користувачів Інтернету наприкінці 2000 року становила 650 тисяч, тобто трохи більше 1 % населення. 2002 року їх уже було 2,5 мільйона чоловік (5 % населення). За розвитком інформаційних технологій (телефонний і мобільний зв’язок, Інтернет) Україна посідає 85 місце у світовому рейтингу [2]. Правда, до цих даних треба ставитися з засторогою: точних масштабів інтернетизації у нас не знає ніхто.

Безумовно, розвиток інформаційних технологій також істотно трансформує і соціально-політичний контекст функціонування та еволюції громадянського суспільства, створюючи надзвичайно важливі передумови демократизації політичного процесу. Тому нам необхідно з’ясувати, що являє собою саме поняття “громадянське суспільство” і які головні ознаки має цей феномен.

Громадянське суспільство — сфера неполітичних відносин у суспільстві (економічних, духовних, релігійних, приватних, сімейних та ін.), галузь самовияву інтересів і волі вільних індивідів. У демократичних системах громадянське суспільство зумовлює і визначає сферу діяльності держави та її органів [3].

Громадянське суспільство — це простір соціальної взаємодії, що складається зі сфери особистого, різних об’єднань, суспільних рухів і публічної комунікації. Але громадянське суспільство — це і спроба об’єднати широкий спектр діяльності агентів, незалежних від держа-

ви, спрямованої на те, щоб відсунути державу, розширити вплив громадянського суспільства [4].

Український політолог С. Рябов виділяє такі головні ознаки громадянського суспільства:

- відокремлена від держави структура суспільства, яка характеризується різноманітними асоціаціями, добровільними об'єднаннями людей;
- сфера вільної реалізації безпосередніх і різноманітних інтересів людей;
- відносини вільного обміну продуктами діяльності між незалежними власниками;
- форма безпосереднього спілкування людей;
- плюралізм ідей, вартостей, соціальних цінностей;
- відповідна вільним ринковим відносинам політична система, де держава є похідною від громадянського суспільства та процесів, що відбуваються у ньому;
- сфера реального приватного життя та безпосереднього спілкування людей;
- пріоритет громадянських прав порівняно з державними законами;
- свобода особистості;
- усвідомлення особою інтересу суспільства, держави як свого власного [5].

Отже, інститут громадянського суспільства можна визначити як специфічну форму самоорганізації громадян, котрі регулюють процеси поза сферою діяльності держави, керуючись певними нормами і правилами. Процес утворення, закріплення та визнання основними політичними акторами політичних норм, процедур, цінностей та еталонів політичної поведінки, а також засобів контролю за їх дотриманням є інституціалізацією. Цей аспект досліджують А. Колодій, А. Карась, С. Кириченко та інші вчені. Вони вважають, що процес інституціалізації громадянського суспільства відбувається через формування інститутами власної світоглядної, моральної та ціннісної системи; входження до чинної правової системи суспільства; ініціювання нових та вдосконалення чинних законодавчих актів, покликаних забезпечувати функціонування і розвиток інститутів [6], [7], [8].

Основними інститутами громадянського суспільства В. Скиба вважає: сім'ю, культурні інститути, церкву, засоби масової інформації, наукові, професійні та інші об'єднання, асоціації, організації [9].

За В. Скибою, основними умовами виникнення громадянського суспільства є: розвиток гласності, свобода особи, дієздатна система освіти і виховання, культури, перевага здорової “суспільної клітини” в соціальному організмі, ринок, політичний плюралізм, життєздатність моральних норм [10].

Сіленко А. однією з істотних умов формування громадянського суспільства, його політичного та інституційного структурування вважає інформаційне забезпечення [11].

На сьогодні всі умови формування громадянського суспільства ефективно виконуються завдяки інформаційним технологіям, які спричинили процес інформатизації суспільства. Так, Семенюк В. Л. вважає, що інформатизація — це проникаючі всюди потоки струмення, що пронизують не тільки державні структури, соціальні інститути, виробництво, сферу послуг, а й побут, дозвілля людини. Ці процеси спричиняють зміни способу її життя. Безсумнівним наслідком інтенсифікації інформаційних потоків є прискорений розвиток не лише інформаційного, а й людського потенціалу, підвищення рівня освіти та обізнаності громадян, а завдяки цьому — формування активних верств населення, для яких одержання та оперативне використання нової інформації стає стійкою потребою і звичкою. В структурі культури інформаційного суспільства виникає специфічна “інформаційна субкультура”, що проявляється в конкретних навичках використання технічних пристроїв (персонального комп’ютера, комп’ютерних мереж тощо), в здатності послуговуватись інформаційними технологіями, складовою яких є програмні продукти, у вмінні добувати інформацію з різних джерел і різного рівня та працювати з нею тощо [12].

Так, завдяки Інтернету, що втілює найзначніші досягнення в сфері інформаційних технологій, зростає ступінь особистої свободи індивіда і радикально змінюється характер відносин між владою й громадянами.

З розвитком Мережі розширюється “сфера суспільного”, зокрема сфера політики і політичної інформації, доступної громадськості. При цьому людина перетворюється з пасивного об’єкта інформування не тільки в активного, самостійного, без втручання будь-яких посередників, суб’єкта добору плюралізованої маси інформації, а й у повноправного учасника самого процесу її поширення, що важко піддається зовнішньому контролю і регулюванню. Всесвітня Мережа обумовлює децентралізацію влади, сприяє послабленню вертикаль-

них ієрархічних моделей соціальної організації і подоланню відстороненості мас від повсякденного політичного процесу. У той же час зростають можливості розширення і зміцнення системи горизонтальних суспільних зв'язків.

Звикаючи до новітніх комунікаційних технологій, пересічні громадяни знаходять винятково ефективний засіб самоорганізації, у тому числі політичній, що дозволяє активізувати їхню участь у суспільно-політичному житті.

Розвиток інформаційних технологій позначений дедалі більшим поширенням Інтернету, що стимулював активний суспільний інтерес до проблематики впливу інформаційних технологій на соціально-політичне життя сучасного суспільства. У численних висловлюваннях фахівців, що з'явилися за останні роки з цієї теми, можна виділити три напрямки.

Спочатку усі процеси, пов'язані з впровадженням Інтернету в повсякденне життя сотень мільйонів людей, викликали досить оптимістичні оцінки. Акцентувалася увага на позитивних перспективах, що виникають внаслідок інформатизації суспільства. Удосконалення мережевих комунікацій було оцінено не тільки як засіб радикальних перетворень способу життя сучасної людини, що скорочує тимчасові і просторові обмеження її активності і відкриває перед нею безпрецедентні можливості вибору життєвих стратегій, а й як один з найважливіших факторів звуження сфери авторитарної влади і безумовного оздоровлення демократії. Однак, як відомо, будь-яке технологічне відкриття і будь-яка модернізація суспільства суперечливі і мають як позитивні, так і негативні моменти. І з нагромадженням відповідних емпіричних даних, що відносяться до процесів інтернетизації, "технооптимізм" істотно потіснив "техноскептицизм", представники якого навмисно наголошували насамперед на негативних сторонах інформаційної революції.

Як для одного, так і для іншого напрямку характерні значна спрощеність і односторонність в оцінці соціально-політичних наслідків становлення інформаційного суспільства. Набагато перспективнішим і адекватнішим підходом щодо розуміння політичних аспектів інформаційної революції вважається напрямок "технореалізм". Він дозволяє побачити одночасно і позитивні, і негативні аспекти інформатизації сучасного суспільства і піддати їх тверезому аналізу.

У науковій літературі зафіксовані також і різні типи ставлення людей (людських спільнот та угруповань) до можливостей інформа-

ційної революції: “інформаційні професіонали” (когнітаріат), “скептики”, які нібито сумніваються в її потребі, “інформаційно-нейтральні”, які нібито байдужі до нових інформаційних сплесків, “інформаційні егоїсти” та “інформаційні деспоти”, тобто ті, що накопичують корисну інформацію для власного користування та посилення своєї влади як інфократії [13].

Таким чином, можна виділити такі проблеми та здобутки в становленні громадянського суспільства в інформаційну добу. До здобутків можна віднести:

- зростання ступеня особистої свободи індивіда і радикальна зміна характеру відносин між владою й громадянами. Наприкінці ХХ сторіччя розвиток інформаційних технологій привів до нової форми спілкування з державою — електронне урядування. Деякі вчені вважають, що така форма спілкування з державою приведе не тільки до ефективнішого й менш витратного адміністрування, а й до кардинальних змін у взаємовідносинах між громадянами і органами державної влади і самоврядування [14], [15];
- можливість одержувати надзвичайно швидкий доступ до різних джерел інформації;
- Всесвітня Мережа обумовлює децентралізацію влади, сприяє послабленню вертикальних ієрархічних моделей соціальної організації і подоланню відстороненості мас від повсякденного політичного процесу;
- громадяни знаходять винятково ефективний засіб самоорганізації, у тому числі політичної, що дозволяє активізувати їхню участь у суспільно-політичному житті. На думку деяких дослідників, Інтернет-технології — ефективний інструмент здійснення традиційних функцій громадянської освіти та пожвавлення комунальної самоорганізації й активності. Так, деякі автори пишуть, що Інтернет сприяє розширенню й поліпшенню соціальних взаємозв'язків у сучасному світі, відкриваючи значно ширші, ніж раніше, горизонти для об'єднання людей у групи на основі спільних інтересів [16]. Можливості Інтернету дозволяють впливати на зміни структури і форми суспільної самоорганізації, замінювати застарілі громади новими, віртуальними, що долають традиційні обмеження в часі, просторі, мові тощо.

До проблем впливу інформаційних технологій на громадянське суспільства можна віднести:

- не зростає політичне притягування мас і їхнє прагнення до активної участі в політичному житті. Інтернет, справді, багато в чому спрощує прояв політичної участі, але аж ніяк не формує її. Той, хто уже відрізняється політичною активністю і характеризується стійким інтересом до політики, одержує, завдяки Інтернету, ще один додатковий і дуже ефективний засіб реалізації своєї активності. Але Інтернет сам собою не перетворює байдужих у зацікавлених. Він може допомогти тимчасовій активізації пасивної частини суспільства в зв'язку з її заклопотаністю з приводу якоїсь конкретної соціально-політичної проблеми. Однак нові інформаційні технології не служать якимось імпульсом для стійкої, довгострокової активізації політичної активності тих, хто звичайно не виявляє інтересу до політики. Інтернет не може бути засобом політичної мобілізації мас у цілому, проте сприяє ще більшому поглибленню наявного поділу суспільства на активних і апатичних громадян.

На думку А. Колодій, головними перешкодами на шляху інституціалізації громадянського суспільства є розчарування та зневіра населення у демократичних інститутах (вибори, партії), брак дієвого судового захисту громадян, перехідність соціальної структури, бідність широкого загалу, низький рівень громадянської політичної культури, негромадянськість політичної еліти [17];

- досить висока вартість користування Мережею. Хоч розцінки на послуги провайдерів постійно знижуються, оплата все ще залишається непосильною для багатьох власників комп'ютерів. За даними Інституту Геллапа, 54 % опитаних вважають, що Інтернет коштує дуже дорого, а 48 % з тих, хто ним не користується, заявили, що причиною цього є висока ціна послуги [18];
- Інтернет може використовуватися як знаряддя політичного маніпулювання, купівлі голосів та інших махінацій. Монополія панівної еліти на електронні та інші ЗМІ робить можливим їх ефективне застосування для формування масових настроїв і програмування політичної поведінки громадян. Наприклад, відомо, що за допомогою безупинної, агресивної реклами, а також фільмів та розважальних шоу наполегливо пропагується споживацький спосіб життя;

- комп'ютерна залежність від інтернетманії. Фіксуючи зростаючу залежність молодих людей від віртуального світу, входження до якого забезпечується простим натиском на клавішу мишки, німецькі лікарі та психологи виявили на підставі дослідів і тестування два типових симптоми залежності від мережі: майже 70 % опитаних свідчать, що проводять на мережі значно більше часу, ніж планували; понад 50 % користувачів продовжують “мандрувати просторами” Інтернету навіть після того, як знаходять усю потрібну інформацію.

Інтернет, таким чином, здатний перетворюватися на своєрідний наркотик, у ряді країн уже створюються реабілітаційні центри для інтернетзалежних, скажімо, один із них уже діє під Санкт-Петербургом. Створюються вони і в Україні. Навіть у порівняно невеликій Черкаській області на облік комп'ютерзалежних протягом року потрапляє кілька десятків підлітків [19];

- роз'єднаність мас і ослаблення їхніх соціальних зв'язків. Всупереч оптимістичним твердженням про те, що розвиток комунікацій сприяє подоланню небезпечних для демократії тенденцій розмивання суспільних зв'язків, процеси індивідуалізації в соціальному житті не тільки не слабшають, а й одержують нові, додаткові імпульси. Реальний досвід соціального розвитку свідчить про те, що удосконалювання інформаційних технологій може поряд з гомогенізацією суспільства породжувати і тенденції його подальшої соціальної фрагментації. Породжені Інтернетом “віртуальні мережні співтовариства” далеко не завжди означають відродження “соціального капіталу” комунітарності, необхідної для функціонування громадянського суспільства і зміцнення демократичних форм громадського життя. Виявляється, на зміну суспільній фрагментарності, що обумовлюється географічною роз'єднаністю і руйнуванням традиційних форм соціальних зв'язків, приходить нова фрагментація, пов'язана з роз'єднаністю осередків Мережі, із кристалізацією в ній дуже вигідних і вузьких співтовариств людей, об'єднаних близькістю приватних інтересів, але водночас “відмежованих” від інших співтовариств, що мають інші інтереси;
- використання інформаційних технологій з метою послаблення соціальної стабільності і суспільної безпеки. Транснаціональні мережені комунікації, звичайно, є, як уже зазначалося, новим,

дуже ефективним механізмом політичної мобілізації мас. Зокрема, Інтернет виявляється засобом встановлення міцних і оперативних зв'язків між різними секторами громадянського суспільства. Він дозволяє істотно підвищити незалежну, самодіяльну громадянську активність, спрощуючи процес пошуку однодумців, а також організацію і координацію їхніх суспільних виступів. При цьому підсилюється звучання голосів представників тих чи інших соціальних і соціально-політичних меншин, зростають шанси невеликих партій, що мають можливість звертатися до широких масових аудиторій.

Але при цьому громадянське суспільство, що одержує завдяки новим технологіям величезні ресурси і потенціал, виявляє свою власну неоднозначність і внутрішню ідейно-політичну неоднорідність. Інформаційно-комунікаційними ресурсами можуть скористатися однаковою мірою як здорові, демократично орієнтовані сегменти громадянського суспільства, так і представники різного роду квазігромадянських структур і організацій, що переслідують мету, далеку від цілей демократичного розвитку. Іншими словами, у зв'язку з розвитком інформаційних технологій не тільки відкриваються нові обрії перед громадянським суспільством, а й виникають нові загрози для демократії — використання цих технологій екстремістськими, антидемократичними силами.

Одним з досить тривожних моментів посилення цієї тенденції стає, зокрема, виникнення нового явища соціального протесту — “хактивізма”, що являє собою своєрідний синтез хакерства, тобто витонченого застосування інтернет-технологій з метою завдати збитків корпоративним чи індивідуальним користувачам інформаційних мереж, із соціальною активністю, що переслідує мету антисистемного протесту. За умов, коли відбувається, з одного боку, політизація хакерів, а з іншого, — комп'ютеризація і прилучення до Інтернету активістських рухів соціального протесту, зростає кількість “кібер-активістів”, що прагнуть перенести в кіберпростір колишні дії “громадянської непокори” і використати нові форми “електронного протесту” замість традиційних актів громадянської непокори. Таким чином, в епоху інформаційних технологій, з одного боку, ми можемо спостерігати вразливість інститутів сучасного суспільства, діяльність яких стає вже неможливою поза глобальними інформаційними мережами, а з іншого, — зростаюча схильність певної частини рухів соціального протесту скористатися цією вразливістю для досягнення

своїх політичних цілей і привернути увагу громадськості до своїх вимог.

Хактивізм становить небезпеку не тільки тому, що здатен дестабілізувати діяльність різних політичних і економічних інститутів і організацій. Його небезпека полягає ще й у тому, що практика хактивістських дій веде до посилення агресивного, екстремістського початку в русі соціального протесту, до появи в ньому прихильників тактики насильницьких, радикальних дій, що сприяють дискредитації цього руху в очах широкої демократичної громадськості. Не менш важливо і те, що хактивізм нібито знімає питання про масовість виступів соціального протесту, що завжди була істотним фактором їхньої суспільної легітимації. Інтернет виявляється водночас і певним засобом перекручування реальної політичної ваги прихильників тих чи інших поглядів, створюючи умови, за яких голос якогось радикала-одинака звучить з тією же силою, що і голос представника масового руху. Крім цього, радикал-одинак одержує, завдяки інформаційним технологіям, можливість здійснити акцію “віртуального протесту”, яку можна порівняти за своїм ефектом з традиційними діями досить масової організації.

Особливу тривогу викликає і той факт, що інформаційні технології починають дедалі ширше використовуватися вузькими групами політичних радикалів у терористичних цілях. Уже сьогодні починає зникати різниця між кіберактивізмом і кібертероризмом. Як приклад можна навести діяльність терористичної організації “Аль-каїда” на чолі з Усама бен Ладеном.

Таким чином, інформаційні технології, з одного боку, дають можливість ефективніше реалізовувати умови розвитку громадянського суспільства, а з іншого — створюють певні загрози.

Today we are the witnesses of the way new information technologies influence in great degree upon all spheres of modern society's life. It is under their influence transformation of main values of public take place. Nowadays information technologies open new possibilities before public giving perspectives for more effective development, but they also have certain menace that leads to undesirable consequences.

In the article, the author, tries to define main problems and perspectives of public during information epoch.

Література

1. *Коліушко І. Б., Демкова М. С.* Електронне урядування — шлях до ефективності та прозорості державного управління // Інформаційне суспільство. Шлях України. Бібліотека інформаційного суспільства. — К., 2004. — С. 137.
2. *Рудницька Т.* “Інтернетизація” і “вестернізація” життєвого світу особистості в Україні // Круглий стіл “Особистість у контексті глобалізації” // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2002. — № 2. — С. 38.
3. *Політологія у запитаннях та відповідях: Навч. посібник / І. Г. Оніщенко, Д. Т. Дзюбо, Ю. І. Дудніков та ін.; За заг. ред. К. М. Левківського.* — К.: Вища шк., 2003. — С. 248.
4. *Громадянське суспільство в Україні: проблеми становлення / В. Ф. Сіренко, В. І. Тимошенко, Т. І. Ковальчук та інші.* — К.: Логос, 1997. — С. 57.
5. *Рябов С. Г.* Політологічна теорія держави. — К.: Тандем, 1996. — С. 81.
6. *Колодій А.* Перешкоди на шляху інституціалізації громадянського суспільства в Україні / Суспільні реформи та становлення громадянського суспільства в Україні: Матеріали науково-практичної конференції за міжнародною участю. — 30 травня 2001 р. — К.: Українська Академія державного управління при президентові України. — Т. 1–3. — К., 2001. — 276 с.
7. *Карась А.* Розвиток демократії як здійснення громадянського суспільства // Універсум. — 2000. — Ч. 3–4.
8. *Кириченко С. О.* Шляхи формування громадянського суспільства і правової держави. — К.: Логос, 1999. — 88 с.
9. *Руденко М.* Громадянське суспільство: цінності громадянського суспільства як основа розвитку демократії // Молода нація. — 2001. — № 4. — С. 119
10. *Там само.* — С. 119.
11. *Сіленко А.* Інформаційні технології та розвиток громадянського суспільства // Політичний менеджмент. — 2004. — № 5. — С. 40.
12. *Семенюк Э. Л.* Информационная культура общества и прогресс информатики. — М.: Политиздат, 1994. — 254 с.
13. *Пазенок В. С.* Інформаційне суспільство, культура, особистість // Нова парадигма. — 2005. — Вип. 50. — С. 26.
14. *Лисицький В. І.* Електронний Уряд України: з чого починати? // Інформаційне суспільство. Шлях України. Бібліотека інформаційного суспільства. — К., 2004. — С. 68–74.
15. *Коліушко І. Б., Демкова М. С.* Там само. — С. 137–141.

16. *Щербина В.* Сітьова кіберкомунікація як соціальний феномен // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2002. — № 1. — С. 112.
17. *Колодій А.* Там само. — С. 167.
18. *Щербина В.* Там само. — С. 114.
19. *Пазенок В. С.* Там само. — С. 34–35.

In collection of students' works the questions of perfection of system of social control and political relations in modern socium are examined.

Considerable attention is paid to the problems of development of institutes of political leadership in Ukraine, becoming of civil society.

In the context of modern social changes the questions in relation to the gender policy and different aspects of making administrative decisions are lighted up.

Collection of scientific publications will be interesting for students, graduate students, everyone, who explores the administrative and political problems of modern society.

Наукове видання

СОЦІОЛОГІЯ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

*Матеріали IV Міжвузівської студентської
науково-практичної конференції,
м. Київ, 27 квітня 2006 р.*

Scientific edition

SOCIOLOGY IS IN COTEXT OF MODERN SOCIAL CHANGES

*The Materials of the IV-th Interuniversity student'
scientific-practical conference,
Kyiv, April 27, 2006*

Відповідальний редактор *О. М. Коваленко*

Редактор *О. В. Лебідь*

Комп'ютерне верстання *С. В. Бичков*

Оформлення обкладинки *С. В. Бичков*

Підп. до друку 26.12.06. Формат 60×84¹/₁₆. Папір офсетний. Друк офсетний.
Ум. друк. арк. 10,73. Обл.-вид. арк. 10,25. Тираж 400 пр.

Видавець і виготовлювач тиражу

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК № 8 від 23.02.2000*