

УДК 316: 330.544.2

## **ТЕОРІЯ КРЕАТИВНОЇ ДІЇ ЯК ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ПІДҐРУНТЯ ДОСЛІДЖЕНЬ СПОЖИВЧОГО ВИБОРУ**

**Вакулєнко Світлана Миколаївна** – кандидат соціологічних наук, доцент, докторант кафедри прикладної соціології соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

*В статті теорії соціальної дії розглядаються як теоретико-методологічне підґрунтя досліджень споживчого вибору. Особливу увагу приділено теорії креативної дії Х. Йоаса. На думку автора, вона має найбільший потенціал для пояснення такого феномену, як споживчий вибір, оскільки акцентує увагу на тому, що кожна людська дія містить в собі складові спонтанності, випадковості й свободи вибору, тому при аналізі соціальної дії необхідно також враховувати попередній досвід, ситуаційний контекст, в якому розгортається й оформлюється дія й судження відносно змін, що відбуваються.*

**Ключові слова:** споживчий вибір, соціальна дія, теорії соціальної дії, теорія креативної дії.

*В статье теории социального действия рассматриваются как теоретико-методологические основания для исследований потребительского выбора. Особое внимание уделено теории креативного действия Х. Йоаса. По мнению автора, она имеет наибольший потенциал для объяснения такого феномена, как потребительский выбор, поскольку акцентирует внимание на том, что каждое человеческое действие содержит в себе элементы спонтанности, случайности и свободы выбора, потому при анализе социального действия необходимо также учитывать предыдущий опыт, ситуационный контекст, в котором разворачивается и оформляется действие и суждения относительно происходящих изменений.*

**Ключевые слова:** потребительский выбор, действие социальное, теории социального действия, теория креативного действия.

*In the article theory of social action are examined as theoretical and methodological grounds for researches of consumer choice. The special attention is spared to the theory of creative action by H. Joas. In opinion of author, she has most potential for explanation of such phenomenon, as a consumer choice, as accents attention on that every human action contains the elements of spontaneity, chance and freedom of choice, that is why at the analysis of social action it is necessary also to take into account previous experience, situational context an action and judgements what be going on changes are opened out in that and is recorded.*

**Keywords:** consumer choice, social action, theory of social action, theory of creative action.

Однією з головних особливостей суспільства постмодерну є зміна ролі та функцій споживання в житті соціуму, його масштабів і характеру. Зміна характеру споживання стосується його індивідуалізації, зростання символічної функції та масштабів споживання нематеріальних об'єктів. Також розширюється поле вибору людини, набір її потреб: вона висуває нові вимоги до товарів та послуг. Соціологія розглядає споживання не просто як задоволення потреб, а як різноманітний простір вибору, виразу та презентації себе, конструювання ідентичностей, здійснення комунікації і важливих соціальних порівнянь.

Незважаючи на наявність широкого спектру наукових праць, що присвячені споживчій поведінці, феномен споживчого вибору, ступінь його свободи та чинники, що визначають цю свободу, досліджені недостатньо. Свобода вибору товару (послуги) виступає ключовим маркером споживання. Перш за все, саме вільна людина виділяється серед інших, маючи можливість реалізувати себе через самостійний вибір певного роду послуг (товарів). В ідеальному варіанті індивід обирає той товар, послугу або спосіб проведення дозвілля, які йому подобаються і якими він хоче займатися. Імперативи “необхідно”, “зобов'язаний” і “повинен” формально не впливають на вибір. Проте лінії поведінки, що впливають з двох протилежних мотивів, — “хочу” і “необхідно” — мають вельми відносний характер: товари і послуги одні люди вибирають, виходячи з особистих, внутрішніх переваг, а інші — під тиском зовнішніх чинників і обставин, що мають директивний, примусовий характер.

Таким чином, споживання перетворюється на один із засобів соціального контролю, вважаючись, в той же час, областю свободи. Це протиріччя, яке не було відоме минулим типам суспільства, вимагає

подальших досліджень. З одного боку, свобода споживача, про яку ведуть дискусії сучасні теоретики, є свободою вибору ідентичності та стилю життя. З іншого боку, побудова ідентичності відбувається на основі “ринкового набору”. Ринок розвивається за рахунок стимулювання потреб і надання можливості для їх задоволення, при цьому формується особливий погляд на життя як на процес безперервного задоволення найрізноманітніших потреб.

Рішення споживачів щодо придбання тих або інших товарів і послуг неминуче опосередковуються їхніми суб’єктивними уявленнями, оцінками й сподіваннями і все менше залежать від впливу об’єктивних причин, якими виступають рівень особистих доходів і цін на споживчому ринку. Споживання перетворюється на життєвий світ сучасної людини, тому дослідження особливостей поведінки споживачів можуть розглядатися як важливий спосіб пізнання соціальної дійсності.

Ми вважаємо, що в якості теоретико-методологічного підґрунтя досліджень споживчого вибору можуть розглядатися теорії соціальної дії. Теорії соціальної дії пропонують пояснення витоків, способів здійснення та механізмів детермінації соціальної дії як феномену, а також опис дії як фундаментальної одиниці аналізу соціальної реальності. Серед них можна виокремити: 1) класичну концепцію соціальної дії (М. Вебер); 2) об’єктивістські концепції, що наголошують на ролі нормативістського та холістського аспектів в інтерпретації природи діяльності (Т. Парсонс, Ю. Габермас) і описують дію як об’єктивно детерміновану та обмежену ззовні; 3) суб’єктивістські концепції (прагматистська (Дж. Дьюї, Дж.Г. Мід) та феноменологічна (А. Шюц)), що розглядають дію як інтенціонально вмотивовану і започатковують уявлення про процесуальну, рефлексивну та ситуативну природу дії.

На думку Дж. Александера, відмінності, що існують між різними соціологічними теоріями та парадигмами, полягають у односторонніх поясненнях природи та обумовленості соціальної дії — головного предмету соціологічного аналізу, тому необхідним є поєднання основних детерміністських та волюнтаристських теорій [1, с. 424]. Деякі провідні сучасні соціологи вважають, що в соціальних науках на зміну безлічі парадигм повинна прийти багатомірна модель пояснення, що дозволяє описувати соціальну дію одночасно як об’єктивну й інтенціональну, детерміновану колективними нормами й інструментальну стосовно індивідуальних цілей (Дж. Александер, Е. Гідденс, Дж. Рітцер, П. Штомпка).

Російська дослідниця І.Ф. Девятко пропонує доповнити існуючі аналітичні протиставлення “об’єктивізм — суб’єктивізм”, “холізм — індивідуалізм” дилемою “нормативна — інструментальна орієнтація”, яка не може бути зведена до двох попередніх і на її основі виділяє соціологічні теорії цілеспрямованої діяльності або інтерпретативні (М. Вебер, Т. Парсонс, Ю. Габермас, Дж.Г. Мід, А. Шюц) та теорії практичної (інструментальної) раціональності (В. Парето, Б. Скіннер, Дж. Хоманс, П. Блау, Р. Емерсон, Дж. Коулмен, Дж. Елстер) [2, с. 17].

Поєднує їх те, що всі вони тим або іншим чином мають на увазі спрямованість дії на певну ціль, тобто на інтенцію, що характеризує таку дію, а також на встановлення певного співвідношення між інтенцією та обраними засобами досягнення цілі, що визначає раціональність дії з точки зору знань, об’єктивних можливостей і засобів, які має у своєму розпорядженні діючий суб’єкт. В інтерпретативних теоріях вихідним моментом для соціальної дії є саме суб’єктивна інтенція, а теорії практичної раціональності пояснюють дії та саму їхню інтенціональність перш за все через знання (обґрунтовані переконання) діючих суб’єктів про свої індивідуально визначені цілі, інтереси, можливості, ресурси.

Сучасні тенденції розвитку теорій соціальної дії полягають у відході від телеологічної моделі пояснення на користь конструкціоністських, постструктуралістських та неопрагматистських концепцій, в яких підкреслюється її перформативний характер і значення таких притаманних їй рис, як спонтанність, проєктивність, довільність, рефлексивність, реляційність, креативність (І. Гофман, Г. Гарфінкель, Е. Гідденс, М. Емірбайер, Е. Міше, Х. Йоас).

Виникнення таких концепцій обумовлено тією обставиною, що ототожнення інтенцій з причинами та результатами дії накладає обмеження на можливості дослідження цього складного та багатоаспектного феномену. Модель раціонально діючого індивіда далеко не завжди притаманна реальним людям, які в повсякденному житті часто діють неусвідомлено, спонтанно, оскільки перебувають під впливом як різноманітних ситуацій, так і власних тілесних або психічних станів. В процесі здійснення дії людина вдається до таких вчинків, які є для неї природними й спонтанно ухвалює рішення, що згодом сприймаються нею як зрозумілі й доречні. Якщо враховувати свободу дій, якою людина володіє, то слід визнати, що всі діяльнісні засади перетворені на такі самим суб’єктом, від якого саме і залежить, яка модель поведінки буде реалізована. В той же час неможливо заздалегідь, ґрунтуючись на інтенції, визначити, який вплив буде здійснено на нього з боку оточення, які наслідки викличе дія та як він вчинить у контексті діяльності, що постійно змінюється.

Відмінною рисою людської діяльності є та, що вона оформлюється в певний результат поступово, оскільки людина на кожному етапі реалізації своїх намірів може обрати інший варіант поведінки. Тому здатність людини продовжувати діяти в незнайомих ситуаціях методом проб і помилок, а також спонтанне й

вільне реагування не можна не враховувати, аналізуючи соціальну дію. Один з альтернативних інтенціоналістських моделей соціальної дії варіантів представлений дослідниками неопрагматистської орієнтації, зокрема Х. Йоасом, М. Емірбайером, Е. Міше. Х. Йоас є засновником теорії креативної дії, на теоретичних засадах якої вважаємо за необхідне докладніше зупинитися в статті. Розроблені ним положення про активний характер діяльності і дію як процес, що розгортається в часі, створюють потенціал для аналізу проявів свободи в життєдіяльності людини. Залучення до соціологічного аналізу поняття креативності також значно розширює можливості вивчення людської дії й дозволяє більш точно визначити чинники, що на неї впливають.

Отже, *метою статті* є аналіз основних положень теорії креативної дії Х. Йоаса як теоретичної основи досліджень споживчого вибору.

При дослідженні споживчого вибору як різновиду соціальної дії необхідно враховувати її креативний аспект. Креативність знаходить прояв у спонтанних реакціях суб'єкта й веде до створення нових форм дії. З введенням поняття "креативної дії" до сфери наукового аналізу входить вільний вибір людини, який зрештою визначає зміст її діяльності. Можливості вивчення соціальної дії при цьому значно розширюються, оскільки крім таких раціональних, інтенціональних аспектів, як плани, уявлення, мотиви, цілі, враховуються також інші, не менш важливі, чинники — оточуюче середовище (природне й соціальне), попередній досвід, втілений в тілесності, контекстуальна закріпленість дії, а також процес поступового розгортання дії у часі та її становлення самою собою (перформативність дії).

Згідно з цією теорією, соціальна дія не може бути інтерпретована, спираючись на інтенції. Подібна інтерпретація можлива лише в процесі її становлення самою собою, в міру того, як розгортається й реалізується її якісна своєрідність. Поки дія не здійснилась, не можна точно стверджувати, що поставлені цілі повністю реалізуються. Попередньо сформульовані цілі динамічно реконструюються в процесі свого втілення. Більше того, найчастіше цілі не усвідомлюються індивідом, а формулюються в процесі дії чи при досягненні певного результату. Під час здійснення діяльності діючий суб'єкт стикається з великою кількістю неочікуваних ситуацій і, отже, спонтанність і випадковий характер можна вважати невід'ємними рисами соціальної дії. Тому дію необхідно аналізувати в тому контексті, в якому вона здійснюється. Також дія поступово розгортається в часі, тому вона містить в собі не тільки спрямованість на майбутнє досягнення цілі, але й такі значущі складові, як рутинізовані практики й оцінка подій, що відбуваються, в теперішній момент.

Основна риса діяльності — це емерджентність. Зіткнення індивіда з незнайомими завданнями у випадково створених ситуаціях спрямовує його до пошуку нових можливостей з їхнього вирішення та подолання знов виникаючих труднощів. Відповідаючи на виклики оточуючого середовища й відстежуючи наслідки власних дій, актори створюють нові ситуації й ставлять нові цілі. Емерджентне формування діяльності здійснюється на основі взаємної обумовленості суб'єкту та оточення. Крім того, діяльність має активний характер: не тільки суб'єкт визначає напрям розвитку, але й сам процес діяльності сприяє появі нових форм активності — тобто діяльність розвивається за власними правилами.

Х. Йоас виходить з того, що розуміння дії як інтенціональної та нормативістської ґрунтуються на таких припущеннях: 1) дія є цілеспрямованою (телеологічною); 2) актор володіє своїм тілом; 3) актор є автономним стосовно людей та середовища, які його оточують. Розглядаючи креативність соціальної дії, він пропонує відмовитись від телеологічної орієнтації; враховувати дорефлексивні імпульси, обґрунтовуючи тілесність дії; зважати на первинність соціальності людської дії [3, с. 177–203].

Нетелеологічний характер орієнтації має на увазі, що не слід вважати ціль обов'язковою передумовою дії, треба враховувати імпульси, бажання, властивості зовнішнього світу, що не входять до планів людини, але можуть виявитися вихідними точками дії, посередниками між її імпульсами й світом. Телеологічне тлумачення інтенціональності дії передбачає, що стимулом до неї вважаються однозначно визначені, заздалегідь намічені інтенції, мотиви й цінності, що чітко усвідомлюються суб'єктом. Х. Йоас вважає, що таке розділення слід усунути, що дія спрямовується й переспрямовується в ситуативних контекстах. Він акцентує увагу на співвіднесеності людської дії з ситуацією, оскільки, як правило, сприйняття ситуації містить судження про доречність конкретної дії. Кожне правило чи звична дія містить припущення про типи ситуацій, в яких припустимо наслідувати звичку, правило. Таким чином, ситуація — це не лише нейтральне поле докладання позаситуативних інтенцій, — ситуації в сприйнятті людини викликають певні дії. Людське сприйняття ситуації попередньо задане здатністю людини до дії, рішення про те, яку з них реалізувати, ухвалюється на основі рефлексії ситуації. Х. Йоас висловлює незгоду з Т. Парсонсом, який вважав, що випадковому вибору цілі можна протиставити орієнтацію акторів на спільні цінності. Однак, вважає Х. Йоас, якщо цінності трактуються однозначно, дія не залежить від ситуації і є негнучкою. Співвіднесеність цінностей з ситуацією в дії людини повинна вважатися настільки ж відкритою, як і співвіднесеність з ситуацією дорефлексивних прагнень.

Тілесність (англ. corporeality) розуміється Х. Йоасом як сукупність дорефлексивних прагнень і тенденцій, що розміщується в людському тілі, здатному до фізичних рухів, формування рутинізованих

практик і способів ставлення до оточуючого середовища [4]. Він вважає, що не тільки для сприйняття, але й для самої дії тілесність виявляється засадничою умовою креативності. В більшості теорій соціальної дії тіло взагалі не обговорюється, ці теорії виходять із латентного припущення, що діючий суб'єкт здатен контролювати власне тіло, тобто відображають активістський тип ставлення до навколишнього світу, тоді як таке ставлення притаманне представникам не всіх культур і навіть не обох статей. Крім того, тіло в теоріях соціальної дії розглядається як інструмент чистої інтенціональності. Х. Йоас, спираючись на ідеї Дж.Г. Міда, відзначає, що тіло не дається суб'єкту безпосередньо, а тільки у вигляді тілесної схеми, яка є результатом інтерсуб'єктивного конструювання в процесі соціалізації й розвитку суб'єкта.

Будь-яка здатність до дії, стверджує Х. Йоас, містить припущення первинної соціальності, яка не виникає тільки з усвідомленої інтенціональності, а передує їй. Розуміння дії як раціональної передбачає первинну автономність діючого індивіда. Переконавання в тому, що будь-яка соціальна теорія повинна виходити з орієнтованого на власні інтереси автономного індивіда, стверджує Х. Йоас, має витоки у "власницькому індивідуалізмі сучасної культури" [5, с. 25]. Натомість Х. Йоас зазначає, спираючись на теорію Дж.Г. Міда про формування особистості із здатності переймати ролі й розуміння соціальної дії як не індивідуалістичної, що індивідуальна спроможність до дії має соціальне підґрунтя. Дія — це виключно соціальний феномен: не існує раціонально діючого автономного індивіда, до процесу діяльності залучені соціальні відносини, соціальна структура, соціальне оточення, соціальне "Я" людини.

Таким чином, з положень теорії Х. Йоаса випливає, що цілепокладання, самоконтроль над власним тілом і автономність діючого суб'єкта не є самоочевидними. Теорія соціальної дії має відмовитися від безальтернативного характеру цих припущень і уникати жорсткого абстрагування від ситуативного й біографічного контекстів дії, диктату раціональності. Обґрунтування креативності соціальної дії через її неінтенціональний характер, специфічну тілесність і первинну соціальність людської здатності до дії повертає соціологічну теорію до специфічної суб'єктності актора. Креативність — це крок назустріч суб'єктності — не тій, що мислиться в термінах повної автономності й "власницького індивідуалізму", а тієї, що укорінена в антропології й культурних традиціях не менше, ніж в специфічних особливостях суб'єкта.

Кожна людська дія містить в собі складові спонтанності, випадковості й свободи вибору, тому на основі встановлення мотивів діючого суб'єкта неможливо заздалегідь передбачити результат дії й побудувати пояснювальні моделі після його здійснення. Визначення інтенції є необхідним, але не єдиним елементом аналізу соціальної дії. Необхідно також враховувати попередній досвід, втілений в сформованому способі мислення, ситуаційний контекст, в якому розгортається й оформлюється дія й рефлексивні судження відносно змін, що відбуваються. В такому випадку теорії соціальної дії зможуть надавати адекватні пояснення людських вчинків і реальної діяльності.

#### **Література:**

1. История теоретической социологии. В 4-х т. Т. 4. [Текст] / Отв. ред. и составитель Ю.Н. Давыдов. – М.: Изд-во "Канон+" ОИ "Реабилитация", 2002. – 736 с.
2. Девятко И.Ф. Социологические теории деятельности и практической рациональности [Текст] / И.Ф. Девятко. – М.: Аванти плюс, 2003. – 336 с.
3. Йоас, Ханс Креативность действия [Текст] / Х. Йоас ; пер. с нем. – СПб.: Алетея, 2005. – 320 с. (Серия "Левиафан: Государство. Общество. Личность").
4. Maines D.R. Hans Joas: G.H. Mead. A Contemporary Re-examination of his Thought [Electronic resource] / D.R. Maines // The American Journal of Sociology. – 1987. – Vol. 93. – № 1. – P. 198–201. – Mode of access: <http://www.jstor.org/pss/27796822>.
5. Горностаева М.В. Креативность социального действия по Х. Йоасу – постулаты и пределы [Текст] / М.В. Горностаева // Социологические исследования. – 2010. – № 6. – С. 23–26.