

УДК 316.4.051.2+056.82:316.4.066

СОЦІАЛЬНІ ЗВИЧКИ ЯК ФАКТОР ВЕКТОРУ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

А. О. Петренко-Лисак

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Володимирська, 64, 01601, Київ, Україна,
alla_pl@ukr.net*

У статті йдеться про соціальні звички як фактор соціальних змін. Передусім звернено увагу на аспекти, пов'язані з процесами потужного розгортання індустрії мобільних інформаційних зв'язків та портативної техніки на загальному тлі поступу інформаційно-дигітальної еволюції, що детермінує соціальний простір. Соціальні звички сучасних комунікативних дій, купівельних практик та мобільних потреб визначатимуть індустріальну складову постіндустріального суспільства. Такими соціальними звичками виступатимуть повторювані соціальні практики звернення до кібервіртуального простору як до основного джерела інформації у випадках необхідності задоволення як індивідуальних, так і групових потреб.

Ключові слова: звичка, манера, вектор змін, інституціоналізація, інформаційно-комунікативні пристрої.

Серед вирішальних факторів майбутніх соціальних змін (як у світі, так і в Україні) одне з центральних місць займатимуть соціальні звички. Будь-які дії людини, що здійснюються з певною метою і часто повторюються, стають на думку П. Бергера та Т. Лукмана [1, с. 92], зразком поведінки, звичкою. Цей процес є передумовою інституціоналізації. Можна сказати, що типізація звичних дій стає основою генези окремих дій, яким притаманна повторюваність, а саме – звичок, що зрештою переростають у звичай, який у свою чергу є утворенням інституційного характеру.

Мета статті – розглянути звичку як фактор вектору змін. Для цього необхідно вирішити наступні *завдання*: описати специфіку звички, механізм її формування, продемонструвати її соціальне значення та визначити специфіку сучасних соціальних звичок, що формуються і, можливо, визначають вектор змін суспільства.

Розглянемо, передусім, власне звичку. “Звичка – друга натура”, – зазначав Аристотель. “Пути звичок зазвичай надто слабкі, щоб їх відчуті, допоки вони не стануть надто міцними, щоб їх розірвати”, писав С. Джонсон. “Чим більше звичок, тим менше свободи”, – констатував І. Кант. “Звичка це звичка, її не викинеш за віконце, а можна тільки ввічливенько, зі сходинки на сходинку, звести зі сходів”, – іронізував М. Твен. “У цієї людини не було звички нав'язуватися незнайомим”, – сказано у І. Тургенева. “Товорять, що кохання скоро минає і залишається лише звичка”, зауважував А. Чехов. “Звикла собака за возом бігти, побіжить і за санами”, – каже народна мудрість.

Отже, звичкою це здатність живих істот зберігати та відтворювати раніше набуті змінні практики поведінки, детерміновані певними запитами. Звички можуть бути результатом навчання і виховання, свідомого і цілеспрямованого, чи, рідше, стихійного процесу карбування повторюваних надалі практик. Звички поділяються на шкідливі і корисні (за соціальною оцінкою), тимчасові та постійні (за критерієм часу та умов дій), індивідуальні та колективні (за критерієм суб'єкта дії). Але усі людські звички мають соціальне забарвлення.

У соціально-свідомих істот, якими є люди (назвемо їх *homo socialis*), звичка має активний характер: безперервність або повторюваність певної зміни створює прецедент прагнення самостійно відтворювати її. І якщо фізіологічна звичка зумовлена часто повторюваними мускульними скороченнями та нервовими імпульсами, то розумова або естетична звичка – повторюваними асоціаціями, а морально-етична звичка – повторюваними діями. Ці сприйняття, що виявляють себе в просторово-часовому аспекті є проявом сукупності низки психічно-соматичних сприйнятів, що разом утворюють надстійкий комплекс. Наприклад, створити звичку долати напругу (саме в момент прояву відчуття напруги) означає сформувати надстійкий комплекс “напруга – посилення – долання напруги”. Звичка, відповідно, є сприйняттям, що часто проявляється, звичка напружуватися означає стан частої напруги, що формує надстійкий комплекс.

Що значить – “створити соціальну звичку”? Значить стимулювати соціального суб'єкта до відтворюваних постійних дій і практик. Проти формотворення звички може постати лиш байдужість. Але, треба розуміти, що сенсibiliзуючи суспільство до конкретної проблематики (моральної, етичної, екологічної, культурної, економічної, політичної тощо), розширюючи зони соціальної відповідальності і горизонти бачення громадянами інших громадян, лобісти соціальних практик виконують свою власну місію, але, водночас, відтворюють інституційний чи груповий авторитет, їхню символічну владу і вкоріненість в “структурах повсякденності”.

Можна сказати, що причина, через яку суспільство опиняється втягнутим до конкретних соціальних практик, – це своєрідний тиск з боку оточення громади (від рівня малої групи до рівня глобального соціуму). Єдиним позитивним означенням такого тиску може бути визначення того, що така практика розцінюватиметься як абсолютно прийнятна суспільна звичка.

Коли звичка поступово стає звичаєм? Шлях від звички до звичаю може тривати термін одного покоління і до декількох (все залежить від ступеня абсолюту, що характеризуватиме соціальну практику). Проте, в разі тривалої типізації звичних типів поведінки, суспільство наблизатиметься до інституціоналізації. Та варто зазначити, що не всіляка звичка поставатиме прецедентом творення соціального інституту. П. Бергер і Т. Лукман, аналізуючи соціальне знання, зауважували, що типізація поведінки є раціоналізацією на ґрунті звичних рішень, коли зникає потреба кожен раз визначати ситуацію, що потребує нових дій [1, с. 89–95]. Водночас, типізація поведінки, переведення її в русло звички може містити ризик консервації соціальної дії, особливо в умовах, що її породили. І, друге, типізація поведінки триває певний історичний період, зазначають П. Бергер і Т. Лукман, а отже, “інститутам завжди притаманна історія, продуктом якої вони є. Неможливо адекватно зрозуміти інститут, не розуміючи історичного процесу,

в якому він виникав” [1, с. 92]. Отже, можна припустити, що розгортання соціальних звичок може спровокувати інституціоналізацію.

Механізм утворення звички включає: по-перше, первинне знайомство суб’єкта з дією і первинне оволодіння нею. Ознайомлення може відбуватися шляхом демонстрації, пояснення, розповіді, спостереження. На основі ознайомлення спочатку утворюється первинне, ще загальне, схематичне зорове уявлення про просторово-часові особливості дії – про напрямок і амплітуду практики, її швидкість і послідовність. У процесі подальших відтворювальних дій, багаторазового повторення певних дій з (свідомою чи ні) метою їхнього закріплення та вдосконалення, поступово послідовність рухів стає узгодженою, а практика чіткою та впевненою. Якщо в ході відтворення практик проявляються сумнів або нерішучість, то наслідками буде низька ефективність засвоєних практик. По-друге, надалі йде тривалий процес автоматизації дій на тлі відповідної потреби. Внаслідок чого дії вдосконалюються, прискорюються і стають легкими і простими у відтворенні, зникають зайві дії допоміжного характеру, зменшується напруга. Дії переростають у практику поєднуючись у єдиний надстійкий комплекс – у цілісну дію. У звичну дію – звичку – автоматизовану дію, виконання якої в певних умовах стає потребою. З формуванням звички пов’язане зміщення мотиву дії: якщо спочатку дія викликається мотивом, що лежить поза нею, то із виникненням звички мотивом стає сама потреба у виконанні цієї дії. Отже, звичка формується у процесі неодноразового відтворення дій на тій стадії їхнього засвоєння, коли при їхньому виконанні вже не виникає будь-яких складнощів чи то вольового, чи то пізнавального характеру. При цьому вирішального значення набуватимуть дії, що викликаються фізично-психічним самопочуттям позитивного значення.

Якщо говорити про трансгенераційний шлях породження соціальних звичок, то треба пам’ятати, що творення багатьох з них починається на етапі ранньої соціалізації, коли вагомим є значення процесу наслідування. Оскільки звички можна характеризувати як складову соціально-культурного життя – звичку можна представити і критерієм або індексом, та, навіть, фактором, що різнить одну соціальну групу від іншої (як у структурній, так і в стратифікаційній перспективі). Звичка також свого роду усталена схема (стереотип) поведінки за певних умов чи ситуацій. Зовні звичка має соціальну оцінку, якщо вона є манерою поведінки. Адже манери – це “зовнішні форми поведінки, поводження з іншими людьми” [2, с. 175]. Манери засновані на звичках, вони різнять соціальні групи, прошарки, соціальні кола. Соціальна оцінка манер пов’язана з тим, що тип поведінки виражає культурний патерн спільноти, яку суб’єкт презентує. Адже, якщо звичка може сформуватися стихійно, то манера, це наслідок виховного впливу. Згідно з думкою К. Лоренца, одна з соціальних функцій манер полягає в груповій ідентифікації: “Все, що називається манерами, звісно, жорстко закріплене культурною ритуалізацією. “Хороші” манери – це “per definitionem” ті, котрі характеризують власну групу; ми постійно керуємось їхніми вимогами, вони стають нашою другою натурою. <...> Між тим саме вони й створюють “групове зчеплення”, як це називається у соціологів” [3]. Тож роль відіграють традиції і звичаї. “Функція манер як засобу постійного взаємного заспокоєння членів групи одразу стає зрозумілою, коли ми спостерігаємо наслідки “випадіння” цієї функції. Я маю на увазі не грубе порушення звичаїв, а лиш відсутність

тих не надто помітних ввічливих поглядів і жестів, котрими людина – наприклад, входячи в приміщення, – дає знати, що прийняла до уваги присутність свого ближнього” [3]. Грубе порушення звичаїв може призвести до руйнування суспільства, а дрібне – хороших манер, – застерігає К. Лоренц. Зрештою, від розуміння незначних особливостей манер мови або манер поведінки нерідко залежить успіх соціально-культурних проєктів, політичних переговорів або ділових контрактів.

Роль і значення звички у встановленні вектора соціальних змін не така вже й незначна. Звичка поводитись в конкретний спосіб формується під впливом історичних або ситуативних обставин. Сучасний етап соціального поступу розгортається на тлі активного використання досягнень науково-технічного прогресу, до яких належать інформаційно-комунікативні канали, пристрої і засоби, що міцно зайняли соціальні позиції. Суб’єкт сучасності викарбовує в собі навички постійно відтворюваного користування технічними пристроями, що задовольняють достатньо широкий спектр потреб (від побутових до кар’єрних). Чимало запитів, що раніше потребували посередництва іншої людини, замінюються технічними пристроями. Аби дізнатися місцезнаходження, своє чи необхідного вам об’єкту, не обов’язково звертатися до людей, можна просто бути під’єднаним до сервісу супутникової навігації¹. Щоб прочитати книгу, не обов’язково йти до бібліотеки й вступати у взаємодію з працівниками закладу, – достатньо мати доступ до всесвітньої мережі Інтернет і, володіючи навичками пошуку інформації (звично!), здобути затребуваний текст. Щоб поспілкуватися з іншою людиною, не обов’язково прямувати туди, де вона фізично присутня, – достатньо просто зателефонувати. У сучасному світі рівень телефонізації, технологізації, інтернетизації є одними з критеріїв віднесення країни до відповідних ступенів і векторів розвитку. Звичка використовувати технічні пристрої в організації задоволення потреб поступово формує спосіб і стиль життя людей, диференціює їх, стратифікує. Досліджуючи практики користування телефонами та Інтернетом, дослідники звертають увагу на динаміку, причому, зазвичай, очікуючи зростання тих чи інших показників (як технічного, так і праксеологічного характеру), що, на думку більшості, буде засвідчувати прогресивний вектор змін.

Розвиток індустрії мобільних інформаційних зв’язків та розширення доступу до електронних джерел баз даних буде детермінований не стільки проблемами апаратних комплектуючих та програмного забезпечення, скільки запитами користувачів, які постають не як споживачі, але саме як користувачі. Споживча стратегія користувача інформаційних послуг, базованих на портативних технологіях, на відміну від споживацької стратегії, яка орієнтована вживати пропоноване, представлена принципом “сам собі господар”. Користувач самостійно, своїми системами запитів і звичками користування “диктує” індустрії портативних мобільних засобів вектор змін, як технологічних, так і інформаційних. Не стільки винахідницька індустрія визначає принципи та практики майбутніх користувачів пристроїв, скільки користувачі висувають індустрії свої запити. Таке взаємне функціонування в процесі розвитку залишає вдоволеними обидві сторони:

1 Найпоширеніший – GPS (від. англ. global positioning system) – дозволяє в будь-якій точці земної кулі (окрім приполярних областей), майже за будь-якої погоди, а також в космічному просторі поблизу планети визначити місцерозташування і швидкість об’єктів.

виробник продає гаджет, а користувач задовольняє потребу (при цьому розгортаючи спектр послуг на її ґрунті, або формуючи нову потребу).

Соціальні звички інформаційних запитів, комунікативних дій, купівельних практик та мобільних потреб визначатимуть індустріальну складову постіндустріального суспільства. Вектор змін суспільства нерідко поставав на ґрунті вже усталених практик або поширених запитів. На сьогодні досить поширеною є теза про бажаність прямування суспільства, якщо воно прагне розвитку, до постіндустріального типу. Щоб наближення до постіндустріальності було поступовим, еволюційним, соціум на буденному рівні має призвичаїтись до використання технічних пристроїв в організації життя. Сенс постіндустріальності в різноманітних концепціях, висунутих наприкінці 60–70-х рр. XX ст. (Д. Белом, Г. Каном, З. Бжезинським, А. Туреном, А. Тофлером та ін.), визначається через провідну роль сфери послуг, науки і освіти, де корпорації поступаються першістю університетам, а бізнесмени – вченим і професіоналам. У 80-х рр. XX ст. концепція постіндустріального суспільства отримує розвиток в теорії “інформаційного суспільства” (Е. Масуда, Дж. Нейсбіт, М. Кастельс та ін.), що відображає зростання значення у житті суспільства виробництва, розподілу і споживання інформації. Отже, сфера послуг як полюс, що “притягує” сучасних суб’єктів-користувачів, розвивається за схемою якісного обміну “потреба + запит → індустрія винаходу → послуга”. Прагнення до комфорту як стилю життя (реального або омріяного), звернення до інформаційного пошуку в мережі Інтернет за потреби отримати інформацію, використання мобільного телефону як багатофункціонального засобу, щоденне користування побутовими приладами формує звички, що характеризують плинну буденність або “плинну сучасність” (за означенням З. Баумана). З. Бауман, аналізуючи сучасність, зауважує, що людські потреби не є величиною постійною, про що писали і міркували теоретики минулого та позаминулого століття. Сучасна економіка спрямована не лише на задоволення, а й на формування нових потреб. Відповідно до тез Баумана, сучасні людські запити гнучкі, нестійкі, мінливі, короточасні, без майбуття, – але є повторюваними і такими, що в ході тривалих відтворюваних практик призвичаюватимуть суб’єкта до звичних типів дій. На тлі невпевненості в майбутньому, небажання створювати “постійне” і “усталене”, водночас у сучасному суспільстві виявляють себе відтворювані практики користування інформаційно-комунікативним та побутовим сервісом.

Сучасна звичка є призвичаєнням соціальних суб’єктів до використання в буденних життєвих практиках технічних засобів комунікації, пошуку інформації, побутових приладів та рекреативно-гедоністичної апаратної техніки. Звичка мати за посередників у соціальних практиках речі (предмети) і сервіс інформаційно-комунікативної техніки та застосування комп’ютерно-комунікативних технологій поступово витіснятиме орієнтацію на інших людей, як посередників у соціальних практиках. Звичка, як звична практика, поступово формуватиметься у потребу, запит, що детерминуватимуть соціальні процеси надалі.

Можна припустити, що в Україні звичка копіювати або наслідувати західноєвропейський та північноамериканський спосіб життя латентно визначатиме вектор споживацьких запитів до майбуття в русло загальної еволюції Європи та США (меншою мірою до Японії чи Кореї). Інтерес до останніх розробок і досягнень науки і техніки у

досягненні комфорту та гедоністичних аспектів техніки не меншою мірою притаманний саме цим країнам.

Якими ж є роль і значення соціальних звичок? У житті людини суспільної (*homo socialis*) поряд з індивідуальними, існують колективні звички, засвоєвані нею в процесі соціалізації. *Homo socialis* означений наявністю колективного інстинкту, що виражається через потребу діяти гуртом або в мережі, і потребу у такому механізмі контролю, як совість. Останній є не стільки продуктом виховання, скільки наслідком здатності до співчуття. Залежність між совістю і співчуттям така: співпереживання підштовхує одну людину діяти так само, як і інша людина. Людина на такому фундаменті призвичаюється до моделей соціальних практик. Звички виникають на основі навичок і закріплюються унаслідок багаторазового повторення. Виникають соціальні звички в будь-якій сфері діяльності і охоплюють різноманітні сторони поведінки людини. Серед звичок вирізняють корисні і шкідливі. Життєво важливі і суспільно цінні звички полегшують формування позитивних рис особистості як суспільного продукту, де практики дотримання правил поведінки в суспільному та особистому житті злагоджують життєдіяльність, а деструктивні звички, навпаки, дезорганізують.

Рей Бредбері словами героя в оповіданні “Вбивця” сказав: “На перших порах всі були зачаровані. Пречудова вигадка ці корисні та зручні штуки! Майже іграшки, майже забава! Але люди надто втяглися в гру, зайшли надто далеко, все наше суспільство потрапило в полон до механічних няньок – і заплуталось, і вже не вміє виплутатись, навіть не вміє саме собі визнати, що заплуталось. От вони й мудрують, як і в усьому іншому: таке, мовляв, наше століття! Такі умови життя! Ми – нервове покоління!” [5].

Формування соціально корисних звичок і боротьба з соціально загрозливими здебільшого покладаються на соціальний інститут виховання. Звички в інституційному полі надають стійкості системі виховання, будучи важливою складовою формування особистості *homo socialis*. Система соціальних звичок особистості формується через соціальні практики, через соціальну діяльність. Так, в кожному виді діяльності людина має справу з речами (предметами) та вступає до відносин з іншими людьми безпосередньо або за посередництва речей (предметів). У цьому тексті під речами (предметами) ми розуміємо комунікативні пристрої та відповідні до них сервіси. При цьому життєвий досвід людини отримує нові навички, що в процесі тривалого відтворення перетворюються на звички. Те, як буде організована початкова дія з речами (предметами), який перебіг буде мати процес оволодіння тими чи іншими навичками і видами діяльності, багато в чому визначатиме звичку та критерії оцінки її соціальної якості, а також вектор змін, що вона детермінуватиме. Особливо значимими є початкові форми діяльності: адже звички, що сформувалися першими, впливають на формування наступних, полегшуючи або ускладнюючи подальші соціальні практики. Тому, ті звички, що притаманні сучасному поколінню, наступне сприйматиме як вихідну точку вектора подальшого соціального поступу. Як казав А. Лінкольн: “Те, чого сьогодні навчається в класі одне покоління, стане нормою життя наступного”.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
2. Манеры // Словарь по этике / Под ред. И.С. Кона. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1983. – С. 175–176.
3. Лоренц К. Так называемое зло. К естественной теории агрессии // Лоренц К. Обратная сторона зеркала. – М.: Республика, 1998. – С.62—242. Избр. главы (с сокращ.) // [Электронный ресурс] / Режим доступа до джерела: <http://flogiston.ru/library/lorenz_3>.
4. Бауман З. Текущая модерність: взгляд из 2011 года. Текст лекции, прочитанной 21 апреля 2011 года в клубе “ПирОГИ на Сретенке” в рамках проекта “Публичные лекции Полит.ру” // [Электронный ресурс] / Режим доступа до джерела: <<http://polit.ru/lectures/2011/05/06/bauman.html>>.
5. Бредбери Р. Убийца // [Электронный ресурс] / Режим доступа до джерела: <<http://ray-bradbury.ru/library/story/53/8/1/>>.

SOCIAL HABITS AS FACTOR OF VECTOR OF SOCIAL CHANGES**A. Petrenko-Lysak**

*Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Volodymyrs'ka str. 60, Kyiv, 01033, Ukraine,
alla_pl@ukr.net*

Social habits as the factor of social changes are a question of that article. Foremost accented on the aspects that relate to the processes of swift development of industry of mobile informative communications and portable technique on a background to the informational-digital evolution that determining social space. Social habits of modern informative queries, communicative actions, purchasing practices and mobile necessities will determine the industrial constituent of postindustrial society. Repetitive social practices of address will come forward the formed social habits to cybervirtual space both to the basic information generator in the cases of necessity of satisfaction of both individual and social necessities.

Key words: habit, manner, vector of changes, institutionalization, informatively-communicative devices.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРИВЫЧКИ КАК ФАКТОР ВЕКТОРА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

А. А. Петренко-Лысак

*Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка,
ул. Владимирская, 64, 01601, Киев, Украина,
alla_pl@ukr.net*

В статье речь идет о социальных привычках как о факторе социальных изменений. Прежде всего акцентируется на аспектах, связанных с процессами стремительного развития индустрии мобильных информационных связей и портативной техники на фоне информационно-дигитальной эволюции, детерминирующей социальное пространство. Социальные привычки современных информационных запросов, коммуникативных действий, покупательных практик и мобильных потребностей будут определять индустриальную составляющую постиндустриального общества. Формирующимися социальными привычками будут выступать повторяющиеся социальные практики обращения к кибервиртуальному пространству как к основному источнику информации в случаях необходимости удовлетворения как индивидуальных, так и групповых потребностей.

Ключевые слова: привычка, манера, вектор изменений, институционализация, информационно-коммуникативные устройства.

*Стаття надійшла до редколегії 13.05.2011
Прийнята до друку 21.06.2011*