

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНИМИ ПРОЦЕСАМИ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Досліджено сутність і принципи відкритого суспільства, перспективи його формування в Україні, а також роль соціальної реклами в цьому процесі.

Article explores essence and principles of the opened society, prospects of his forming in Ukraine, and also role of the social advertising in this process.

Складність проведення ефективного аналізу сучасного суспільства полягає в різноманітності соціальних процесів і явищ, виникнення низки найскладніших факторів і чинників суспільних перетворень. Основною проблемою процесу демократизації українського суспільства є відсутність демократичного світогляду як системи поглядів на світ і на національну дійсність на основі чіткої громадянської позиції, переконань, ідеалів і цінностей. Актуальність проблем суспільного розвитку все більш виражена унаслідок процесів глобалізації, модернізації, введення прогресивних технологій, ціннісних рамок сучасного політичного простору тощо. Соціальна реклама органів державної влади є одним з каналів, який може використовуватись при цілеспрямованому керуванні соціально-економічними процесами в суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дає підстави стверджувати, що природу соціальних процесів у суспільстві та соціальної реклами як способу управління ними розглядали західні вчені К. Алдерфер, Ф. Герцберг, Р. Даль, А. Маслоу, З. Фрейд, С. Хантінгтон, У. Аренс, К. Бове, Д. Бурстина, Дж. Сивулка; і вітчизняні науковці М. Логунова, О. Радченко, В. Климончук, В. Корнієнко, Л. Лясота, Ю. Руденко Л. Федотова, Г. Ніколайшвілі, Н. Комарова, Н. Бутенко, Є. Ромат та ін. Фокусуючи свою увагу на сутності і структурі потреб та інтересів людини, механізмах соціальних процесів, більшість науковців залишила поза увагою не вирішені раніше питання впливу соціальних інструментів державного управління на формування сучасного суспільства.

Саме цим зумовлена постановка завдання даної статті як дослідження ролі соціальної реклами в управлінні соціальними процесами сучасного суспільства.

Сучасне українське суспільство являє собою комплекс складних соціально-психологічних процесів і явищ. Вони зумовлені як позитивними, так і негативними наслідками тих радикальних змін, які

розпочалися в Україні наприкінці 1980-х рр. і продовжуються до сьогодні, а саме:

- економічними та політичними реформами, які неоднозначно позначилися на розвитку українського суспільства;
- розвитком демократії, гласності та, як наслідок, політико-ідеологічної багатоманітності та невизначеності;
- руйнацією усталених стереотипів, установок суспільної свідомості, норм і традицій, суспільної моралі;
- відходом держави від патерналістської опіки громадян і невідповідністю більшості з них діяти самостійно, ризикувати і нести відповідальність за результати власної діяльності й вибору;
- поширенням корупції, злочинності та їх негативними впливами на морально-психологічний клімат суспільства;
- кризовими явищами у сфері культури, духовності тощо [1, с. 6–7].

Проблемою державного управління в Україні є цілеспрямований розвиток суспільства, формування нового покоління молоді, уникнення соціальних криз і розквіт держави, що, у свою чергу, залежить від культури суспільства, його духовної сфери, того способу життя, який домінує в тій чи іншій соціальній спільноті.

Важливу роль у цьому процесі відіграє соціальна сфера, оскільки все, що пов'язано з розвитком, з людьми, їхніми почуттями, думками, потребами, способом життя, стандартами поведінки, стереотипами мислення тощо. Соціальна реклама є одним з каналів, який може використовуватися при цілеспрямованому керуванні вказаними аспектами.

Для визначення оптимального напрямку соціальної реклами необхідно знати кінцеву стратегічну мету – модель суспільства. У результаті аналізу основних положень теоретичних розробок науковців, які розглядали дане питання, можна виділити роботу “Відкрите суспільство і його вороги” Карла Поппера. У цій роботі викладено критичний аналіз поглядів Платона, Геракліта, Гегеля, Маркса і інших мислителів, що розглядали суспільство, особу, державу і закономірності суспільного розвитку [4]. Вони розробили філософсько-соціологічні теорії та ідеологічні концепції моделей суспільного життя. Також були сформульовані принципи реалізації прийнятої моделі, намічена мета суспільного розвитку, яка мала бути досягнута суспільством у цілому, класами, державою, його інститутами. Ці принципи показували, як саме слід реалізовувати передбачувану суспільну модель зусиллями окремих осіб. Поппер охарактеризував такі теоретичні і одночасно нормативні проекти, увівши поняття “закрите суспільство”. Він доводив, що закритими суспільствами були і залишаються ті, де править влада тиранії, здійснювана окремою особою або олігархічною групою.

Приймаючи термін “відкрите суспільство”, Поппер додав йому сучасне звучання, намагаючись розкрити і прояснити насущні проблеми соціального

життя ХХ ст. Поняття відкритого суспільства стає для нього найважливішим засобом в осмисленні найскладнішої соціальної ситуації сучасного світу. Це поняття в даний час опиняється в центрі досліджень соціальної філософії, що істотно підкреслює епістемологічні аспекти цього поняття. На це звернув особливу увагу В. Лекторський, відзначивши, що між соціальною філософією Поппера і його епістемологією виявляються глибинні зв'язки. Пильна увага до цих зв'язків простежується в новітніх розробках Сороса – учня і послідовника Поппера. У роботах цього відомого американського економіста можна знайти детальний аналіз концепції відкритого суспільства, при цьому він звертається до насущних проблем сучасного життя людства [4].

Відкрите суспільство переслідує дві головні цілі. По-перше, це боротьба людей, організацій самоврядування, а також державних інститутів з бідами і проблемами конкретних людей і подолання “конкретного зла”. Ведення цієї боротьби не вимагає ані особливого багатства, ані великих знань. У кожного свої біди і своє розуміння зла, і до перемоги над ними приведе надання реальної допомоги кожній конкретній людині. Поппер закликав: “Будь з нещасними, навіть якщо вони тебе ненавидять” [4, с. 229]. Другою метою відкритого суспільства є раціональне і мирне зцілення недуг демократії. Ця мета повинна реалізовуватися і персонально, і інституційно. Так, відкрите суспільство не визнає далеку, історично значну мету, яку влада нав'язує закритому суспільству – будівництво комунізму, панування однієї раси над всім світом та ін.

Одна з основних функцій держави – дотримання свобод громадян у ситуації, яку Поппер назвав “парадоксом свободи”. Вона виникає за демократичного устрою суспільства, коли окремі люди, що володіють більшою владою і багатством, прагнуть використовувати у своїх цілях тих, хто не має в розпорядженні влади, багатства або не прагне їх. Парадокс свободи не тільки скасовує свободу більш слабих, але і обмежує їхню рівність по відношенню до закону. Тому закон має визначати межі свободи, оскільки “необмежена свобода знищує сама себе” – такий її парадокс.

Також держава зобов'язана здійснювати захист громадян від фізичної і економічної експлуатації з боку багатих. Цей захист забезпечується законом, що забороняє створення “несправедливих умов” праці, що завдають шкоди найманим працівникам. Поппер вважав, що ринок має бути підлеглий суспільній політиці держави, яка захищає своїх громадян від убогості.

Сорос, учень і послідовник Поппера, провів спеціальний аналіз ситуації в галузі функціонування ринку, який привів до конкретних пропозицій по усуненню виявлених вад. Найскладнішим і важливим виявився аналіз неринкового сектора суспільства.

“Функції, які не можуть і не повинні визначатися тільки ринковими силами, включають багато з найважливіших явищ життя людини, починаючи з моральних цінностей і закінчуючи сімейними відносинами, естетичними і інтелектуальними досягненнями” [3, с. 108]. Такі неринкові (соціальні) цінності зазнають спотворювального впливу ринкових цінностей. Змішення ринкових і соціальних цінностей породжує всі ті наслідки, які властиві нашому життю, – корупцію, панування криміналітету, непомірне розшарування людей на край бідних і непомірно багатих.

Визначальним чинником у русі до відкритого суспільства виявляється “тяжка ноша свідомості” кожної людини. Наслідуючи ідеї К. Поппера, Сорос віддає перевагу такій соціальній організації, яка ґрунтується на визнанні того, що ніхто не володіє кінцевою істиною. “У відкритому суспільстві, – говорить Сорос, – людям не тільки дозволено, від них потрібне самостійне мислення, держава ж швидше служить людям, а не управляє їх життями” [6, с. 77].

На думку Дж. Сороса, “відкрите суспільство – це суспільство, яке ще необхідне створювати, припускаючи віру в справжню свободу і реальну справедливість, яка вище і гідна за прагнення до власних інтересів. Побудова такого суспільства залежить від свідомості кожного з нас – від нашого інтелекту, від прагнення до справжніх соціальних цінностей. У відкритому суспільстві ... від людини потрібне самостійне мислення, держава ж швидше служить людям, а не управляє їх життями” [6, с. 177].

Враховуючи таку думку, представляється за доцільне розглянути докладніше ті принципи, на яких повинно будуватися відкрите суспільство [2; 4; 6].

1. Принцип “критичного реалізму” закладає основи “єдності людського розуму” в тому значенні, що по своїй суті всі люди здібні до логічного мислення, завдяки чому можуть розпізнавати причинно-наслідкові зв'язки, існуючі в природі і суспільстві. Люди на основі пізнання соціального світу і самих себе можуть вгадувати загальні цінності і цілі. Виходячи з відмінності пізнавальних здібностей і мети, люди усвідомлюють, що ця єдність розуму на ділі різниться – і в момент усвідомлення цього факту народжується критичний настрій по відношенню до індивідуальних переконань і цінностей.

Таким чином формується “критична установка”, названа так автором не в колективному, а в індивідуальному її значенні, коли вона приймає девіз: “я можу думати по-своєму, ти можеш бути по-своєму правим, але, давши собі небагато праці, ми можемо наблизитися до істини...” [4, с. 236]. Подібний девіз є основою для критичного раціоналізму і дозволяє людям прийняти якусь загальну істину, яка слугуватиме поліпшенню умов життя, а також збереженню позитивної свободи. Разом з тим критична основа приймає передумову, що злагоджена правда, цінність або мета можуть

бути помилковою – і якщо це веде до небажаних наслідків, то потрібно негайно наново почати процес пізнання і узгодження мети і цінностей. У цьому випадку саме пізнання залишається відкритим, тобто кожний може внести свою частку критики по відношенню до пізнання і цінностей культури, кожний може запропонувати нові цінності і нові теорії. Завдяки такій установці, – пише Сорос, – відкрите суспільство, створене критичним настроєм людей, є “відкритим для вдосконалення”; але при цьому слід усвідомити, що досягнення повної досконалості насправді неможливе [6].

2. Критичний раціоналізм закладає основи принципу толерантності як права кожного пізнати і формулювати постулати цінності і права їх відстоювати. Можна доповнити дане Поппером розуміння толерантності двома критеріями, що встановлюють межі практичної діяльності людей, що визнають ідею толерантності. По-перше, вони можуть декларувати і думати що хочуть, проте, готуючись здійснювати свої теорії на практиці, повинні передбачати виникнення можливих негативних для інших наслідків – і в цьому випадку вчасно відмовитися від подібних намірів. По-друге, діяльність людей, здійснювана під прапором теорій або проголошуваних цінностей, не може бути направленою проти відкритого суспільства. Ці критерії витікають з принципів, що стосуються позитивної і негативної свободи.

3. Позитивна свобода, яку приймає і здійснює більшість громадян, є основоположним принципом відкритого суспільства. Громадяни погоджуються і на існування негативної свободи, але за умови, що той, хто вибирає негативну свободу, не завдає шкоди загальному благу, позитивній свободі, а також негативній свободі інших осіб.

4. Принципи критичного раціоналізму і толерантності імплікують ухвалення чергового принципу. Люди можуть і повинні погоджуватися на “відкриття себе” до розмови, оскільки в ній “ми є слухачами” і тому повинні вчитися вислуховувати інших. Повинні долати “закриття себе” перед розмовою, зване “замикання-у-собі” (за Гадамером).

Поппер також писав, що в ситуаціях, що вимагають комунікації між людьми, кожний має право бути вислуханим і захищати своє положення. Відкриваючи себе до розмови і здійснюючи право на взаємне вислуховання, люди неминуче пізнавали, зберігали і вдосконалювали б свою мову, усвідомлюючи, що він має істотне значення в розмові і спілкуванні, пов’язаному зі створенням і розвитком відкритого суспільства.

Вищенаведені принципи через призму соціальних процесів можна розглядати як прагнення людини до дослідження, пізнання істини, визнання і відчуття себе в колективі.

5. Принцип моральної відповідальності полягає в тому, що помилкове мислення не підлягає покаранню, яке відповідно до закону

призначають відповідні інстанції. Вільна свідомість формується в рамках позитивної та негативної свободи, і тому потрібно терпимо відноситися до будь-яких поглядів. Проте з проголошеною межею толерантності, приймаючи критичний раціоналізм, потрібно практично передбачати можливі наслідки. Якщо виявиться, що вони шкідливі для окремих людей і для існування відкритого суспільства в цілому, то кожний причетний до появи подібних наслідків повинен нести за свої дії моральну відповідальність, що вимірюється його власною совістю.

Даний принцип спонукає людину до об'єктивного аналізу наслідків своїх дій і рішень, відчуття гідності та відповідальності за них. Особливу увагу необхідно приділити власній безпеці та непорушенню свободи іншої людини.

К. Поппер стверджував при формулюванні даних принципів, що у відкритому суспільстві між собою конкурують різні ідеологічні, філософські переконання, різного роду правда про світ. Коли йдеться про моральні цінності, то люди, несучи відповідальність за позитивну свободу, повинні приймати ті цінності і норми, які визначають шляхи досягнення загального блага і допомагають уникнути зла. Такі цінності і норми розвитку укладені в християнській етиці, яку слід прийняти у відкритому суспільстві. Поппер вважав, що, за винятком найближчих, кого ми мріємо ошчасливити, ми не повинні намагатися зробити щасливими всіх людей, оскільки це не “в нашій владі”. Визнаючи цінність любові, ми можемо і повинні надати допомогу конкретним людям, яким вона потрібна, коли вони опиняються в тяжкому стані.

К. Поппер дав низку рекомендацій щодо поліпшення ситуації в суспільстві, і отже, які є необхідними передумовами формування відкритого суспільства [4, с. 488–489].

1. Зміцнення свободи і усвідомлення витікаючої з неї відповідальності. Відмінною рисою цивілізованого суспільства є те, що воно постійне зайнято пошуком мирного, ненасильного рішення проблем.

2. Мир у всьому світі. Необхідно стежити за нерозповсюдженням ядерного й іншої зброї і підтримувати мир.

3. Боротьба з бідністю, рішення проблем безробіття.

4. Боротьба з демографічним бумом.

5. Загальне навчання ненасильству, у тому числі й у світовому масштабі. Основними цілями мають бути: уникнення руйнуючих озброєних конфліктів, особливо ядерної війни, захист навколишнього середовища, збереження світової фінансової системи тощо.

Виконання основних положень зазначеної програми залежить не тільки від ефективної державної політики, але й від дій кожної людини, тому в основу першої необхідно закласти потреби громадян держави.

Якщо ж розглядати їхню сукупність (а людина завжди має велику кількість одночасних потреб), автоматично отримуємо сукупність цінностей. При цьому їх ієрархію (найбільш узагальнено – систему суспільних

цінностей певного соціуму) будуть детермінувати два фактори: ієрархія потреб та дефіцитотворчий вплив на ресурси життєдіяльності людини історичних, природно-географічних, демографічних та інших факторів [5, с. 278].

Як відомо, А. Маслоу створив ієрархічну теорію потреб, яка ввійшла в науку під назвою “піраміда Маслоу” [7]. Вона може бути використана для визначення ролі соціальної реклами в задоволенні базових потреб особистості (табл.).

Таблиця

Роль соціальної реклами в задоволенні базових потреб особистості

<i>Рівень потреб за А. Маслоу</i>	<i>Характеристика потреб</i>	<i>Напрямок соціальної реклами</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
фізіологічні потреби	потреба в їжі, диханні, відпочинку, відтворенні роду тощо	економне використання води, електроенергії та ін. ресурсів
екзистенціальні потреби	потреби в безпеці існування, упевненості в майбутньому, стабільності умов життєдіяльності, у постійності та регулярності оточуючого людину соціуму, у гарантованій зайнятості тощо	боротьба зі СНІДом, туберкульозом; здоровий спосіб життя; протидія торгівлі людьми; профілактика правопорушень, соціальний захист та безпека населення, інформування щодо надання соціальних послуг органами державної влади

Продовження табл.

1	2	3
соціальні потреби	залежно від колективу, спілкуванні, участі в трудовій діяльності	інформація про спосіб життя певної соціальної групи (волонтерство, освіта, спорт та ін.)
престижні потреби	службове, професійне, кар'єрне зростання, визнання, повага	повага до батьків, людей похилого віку, інвалідів; престижність вибору певної професії та ін.
духовні потреби	потреби творчості й самовираження, розвиток власної особистості	формування переконань, ціннісних орієнтацій, естетичних ідеалів, патріотичних настроїв тощо

При цьому напрямки соціальної реклами можуть змінюватись, переходити від однієї групи до іншої залежно від рівня розвитку суспільства на певному етапі життєвого циклу, ментальності. Наприклад, на етапі розквіту економіки держави соціальна реклама Центру зайнятості не буде настільки актуальною і важливою, як у період кризи. Так, у сучасних кризових умовах має місце велика кількість звільнених з роботи, що призводить в свою чергу до посилення соціальної напруги. Таким чином, ефективна державна підтримка (в тому числі, соціальна реклама органів державної влади) буде сприяти задоволенню як престижних потреб, так і соціальних, екзистенціальних, які у свою чергу дозволяють задовольнити фізіологічні потреби.

Як висновки проведеного дослідження зазначимо, що саме задоволення базових потреб особистості певним чином моделює соціальну поведінку людини у суспільстві. Ефективним інструментом управління цим процесом є соціальна реклама, яка здатна мотивувати людей, спрямовувати їх до реалізації тих чи інших суспільно значущих цілей, змінювати їхні дії, то саме за допомогою вищевказаної соціальної рекламної комунікації можна вирішити цілу низку проблем, що назріли в суспільстві – від зростання наркоманії та епідемії СНІДу до відсутності у населення. Можна навіть сказати, що саме невирішеність цих питань стоїть на заваді побудови відкритого суспільства в Україні.

Література:

1. *Логунова М. М.* Соціально-психологічні аспекти управлінської діяльності / *М. М. Логунова.* – К. : Центр сприяння інституційному розвитку державної служби, 2006. – 196 с. – (Сер. “Бібліотека молодого державного службовця”).

2. *Ноттурно М. А.* Відкрите суспільство та його вороги: суспільство, влада та бюрократія / М. А. Ноттурно // Політична думка. – 1996. – № 3/4. – С. 3–23.

3. *Овчинников Н. Ф.* Карл Поппер и Джордж Сорос : встреча философии и экономики / Н. Ф. Овчинников // Науковедение. – 2001. – № 1. – С. 81–109.

4. *Поппер К.* Открытое общество и его враги : в 2 т. / К. Поппер; [пер. с англ.]. – М. : Открытое общество. – 1992. – Т. 1. – 446 с.

5. *Радченко О. В.* Антропологічна природа ціннісної системи суспільства / О. В. Радченко // Теорія та практика державного управління : зб. наук. пр. – Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2008. – Вип. 2 (21). – С. 275–282.

6. *Сорос Дж.* Кризис мирового капитализма : Открытое общество в опасности / Дж. Сорос. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 262 с.

7. *Maslow A.* Motivation and personality / A. Maslow. – Rev. ed. New York. : Harper and Row. – 1970.

Надійшла до редколегії 26.12.2008 р.