

УДК 316: 330.544.2

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОГО ВИБОРУ В КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМИ АКЦІОНІЗМУ

С. М. Вакуленко

*Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна,
пл. Свободи, 6, м. Харків, 61077,
svakulenko28@gmail.com*

У статті розглянуто теоретичні засади вивчення споживчого вибору. Автор зазначає, що під впливом індивідуалізації соціального життя постає необхідність дослідження споживчих практик саме як практик індивідуальних. Парадигма акціонізму є тією методологією, що дає змогу вивчати причини та наслідки соціальної дії на індивідуальному рівні, тому автор вважає доречним її використання для аналізу споживчого вибору. Розглянуто, як саме основні теоретико-методологічні принципи акціонізму можуть бути застосовані для такого аналізу.

Ключові слова: споживання, споживчий вибір, стиль життя, акціонізм.

У сучасному світі відбуваються процеси індивідуалізації соціального життя, що зумовлює необхідність зміщення дослідницьких акцентів з рівня великих соціальних спільнот на рівень індивідів, а предметом досліджень все частіше стають повсякденні практики. Важливе місце серед них посідають споживчі практики, зокрема ті, що пов'язані із вибором предметів споживання. Споживчим практикам в сучасну епоху притаманні індивідуальність, нестабільність, плинність.

Ми вважаємо, що споживчий вибір, який здійснюють індивіди, можна розглядати як похідну від стилю життя. При цьому ми розглядаємо стиль життя не як атрибут соціальних груп, які реально існують або сконструйовані дослідниками за ознакою соціального статусу, а виходимо з протилежної позиції, а саме: об'єднання індивідів у групи за стилем життя. Такий підхід передбачає дослідження споживчого вибору актора як прояву його індивідуальності, прагнення до самовираження, індикатору індивідуального смаку. Стиль життя – це феномен конкретно-історичний, який трансформувався з єдиного стилю життя архаїчних суспільств у множину стилів життя сучасного суспільства. Диверсифікація стилів життя та їх презентація в останні десятиліття стали можливими завдяки появі нових економічних, інформаційних, культурних, політичних можливостей, усвідомленню цих можливостей, зростанню толерантності громадян, їх готовності перебувати в достатньо складному полістилістичному середовищі й посиленню офіційної підтримки, спробам формального закріплення правил взаємодії різних стилів у повсякденному житті. Особливо сприятливі умови для інтенсивних трансформацій стилів повсякденного життя та їхньої демонстрації склалися у великих містах, де має місце більша анонімність поведінки мешканців, певна відстороненість

людей один від одного. В епоху постмодерну немає єдиного споживача, а наявна множина типів, стилів споживання, що функціонують іноді за абсолютно протилежними правилами, ґрунтуючись на одному й тому ж рівні життя.

Як зазначає Я. Роціна, концепція постмодернізму сформувала ідею про новий “постмодерністський” стиль життя, характерними рисами якого є:

- зв’язок із середнім класом сучасних західних міст, для яких характерна масова культура, естетизація повсякденного життя, наявність анклавів споживання дозвілля (центри торгівлі, музеї тощо);
- деієрархізація та стандартизація стилю життя призводять до того, що він перестав бути символом приналежності до певної соціальної групи, набуває еkleктичних рис. Стиль життя “постмодерн” не має спільного організуючого принципу [6, с. 128].

Класичний етап вивчення стилів життя представлений іменами М.Вебера, Т. Веблена, Г. Зіммеля, сучасний – такими відомими соціологами, як: З. Бауман, Ж. Бодріяр, П. Бурд’є, Г.-П. Мюллер. Серед представників пострадянської соціології дослідженнями, пов’язаними зі стилем життя та його впливом на споживання й споживчу поведінку, займалися А. Глухих, І. Іванова, О. Омельченко, Г. Осадча, Я. Роціна, С. Суркова, С. Ушакін, Л. Ятіна та інші. Проте переважна більшість теоретичних розробок зазначених вище авторів зосереджують увагу на ролі соціальних структур і процесів у формуванні стилів життя, і, відповідно, споживчої поведінки, споживчого вибору, в той час як у сучасному суспільстві все частіше постає необхідність дослідження споживчих практик саме як практик індивідуальних. Парадигма акціонізму є тією методологією, що дозволяє вивчати причини та наслідки соціальної дії на індивідуальному рівні, тому видається доречним її застосування для аналізу споживчого вибору. Отже, мета статті – розглянути теоретико-методологічні засади парадигми акціонізму та можливості її застосування у дослідженні споживчого вибору.

Як зазначає французький соціолог Ш.-А. Кюен, проблематика інтерпретації індивідуальної дії посідає провідне місце в сучасній соціології, оскільки її інтерпретації в рамках класичних парадигм значно застаріли. Більш складний характер, якого набувають сучасні суспільства і соціальні відносини, потребує звернення до розмаїття пояснень і відповідей на питання про те, як актори ухвалюють власні рішення і чому вони діють так, як діють. Причин пошквалювання інтересу до цієї проблематики, на думку Ш.-А. Кюена, багато. Перш за все мова йде про поширення парадигми індивідуалізму, причому не тільки методологічного, але й культурного, за якого для актора “турбота про себе” значно переважає над турботою про колективні інститути, авторитет яких має тенденцію до втрати довіри й легітимності.

Р. Будон вважає, що якщо індивідуальна дія визнається як “соціальний атом”, то необхідно починати саме з її пояснення. Він відстоює ідею “когнітивної раціональності”, якою він намагається відповідно замінити веберівську “аксіологічну” раціональність, згідно з якою в багатьох обставинах дії індивідів виступають не як функція нездоланих соціальних чи культурних сил або користі, на яку вони чекають від своїх дій, але виходять із “переконливих міркувань”, що примушують їх дотримуватись уявлень і вірувань, відносно яких індивіди переконані, що їм притаманні істинність, добро чи

справедливість. Принагідно Ш.-А. Кюен зазначає, що в сучасній французькій соціології особистості та соціології суб'єкта достатньо популярними є теоретичні інтерпретації дії, що намагаються подолати класичне протиставлення “агент – актор”, тобто не розглядати соціального індивіда ні як повністю продукт культури, ні як егоїстичного та цинічного стратега (наприклад, соціологія досвіду Ф. Дюбе). Німецький же соціолог Г. Йоас взагалі вважає, що індивіди здатні створювати із себе суб'єктів, готових до інновацій і творчості [4, с. 16–17].

Як зазначає німецький соціолог Б. Верлен, теорія дії акцентує творчий аспект людської діяльності за допомогою поняття інтенціональності й заперечення причинної детермінації в сенсі природничих наук. Пояснення соціального процесу в теорії дії є формальним. Тому це поняття може бути використано в різних дисциплінарних галузях: від соціології до економіки, права, психології, соціальної та культурної антропології тощо. Воно не обмежене одним специфічним типом діяльності чи психологічними реакціями, не зводиться до механістичного описання соціального світу, як у системній теорії [2, с. 28].

Авторів парадигми акціонізму Р. Будона й Ф. Бурріко можна вважати переконаними прибічниками соціологічного номіналізму, оскільки їхній соціологічний аналіз бере початок з мікрорівня – індивіда та його дій і вони пропонують підхід, що ґрунтується на принципі методологічного індивідуалізму. Вони вважають розуміння суб'єктивного сенсу соціальних дій основою наукового аналізу. Суспільство, на їхню думку, не існує автономно від волі й свідомості індивідів, його можна розглядати лише як контекст дії, що здійснюється, але саму дію воно не визначає. Акціонізм не відкидає впливу зовнішнього середовища на актора, більше того, стверджує необхідність глибокого аналізу внутрішніх обмежень поведінки, пов'язаних із інтеріоризованими цінностями, нормами, установками та зразками. Крім того, вважається, що індивідуальна дія завжди раціональна, але не з позиції формальної логіки чи економічних моделей максимізації корисності, а з точки зору внутрішніх засад, що перетворюють дію на доцільну. Отже, поняття раціональності теж перетворюється на суб'єктивне.

Парадигма акціонізму ґрунтується на таких засадничих теоретико-методологічних принципах:

1. Принцип методологічного індивідуалізму – будь-яке макросоціальне явище – це результат індивідуальних вчинків. Згідно з цим принципом як одиниці аналізу розглядають індивіди, які включені до системи взаємодії. Методологічний індивідуалізм виходить з того, що дія не є повністю детермінованою, що вона частково залежить від усвідомлення актором ситуації, в якій він перебуває, й вибору, який він здійснює. В такому випадку соціологічний аналіз дії потребує відтворення інтенціональності акторів, тобто розуміння, яке можливе при виконанні двох умов. Перша – необхідно знати систему обмежень, під які підпадає актор і які не зводяться лише до зовнішніх умов, але містять і внутрішній контекст, наприклад, результати соціалізації індивіда з точки зору прийняття певних цінностей, інтеріоризації норм, уявлень про ролі, когнітивних схем, способів вирішення проблем. Тобто розуміння ніколи не має інтуїтивного характеру, воно повинно базуватися на збиранні точної інформації в результаті проведення досліджень. Друга умова – наділення актора раціональністю [3, с. 305–306].

У роботі “Місце безладу” Р. Будон пропонує власну критику теорій соціальних змін, перш за все тих, в яких наводиться обґрунтування певних універсальних законів таких змін. Для них, на думку Р. Будона, притаманне “структуралістське упередження” – уявлення про те, що будь-яка соціальна система є структурою, різні елементи якої пов’язані таким чином, що зміни в одному тягнуть за собою чітко визначені зміни в усіх інших. Спільною рисою цих теорій виступає детермінізм, згідно з яким соціальна поведінка людей та її зміни залежать від зовнішніх детермінуючих чинників. В одних теоріях у ролі таких детермінант виступають інновації в техніці (технологічний детермінізм), в інших – економічні перетворення. Окрім економічного детермінізму впливові позиції в соціології кінця XIX – початку XX століття посіли культурний та інституційний детермінізм, в рамках яких рушійними силами соціальних змін вбачаються політичні інститути, інституційні норми, культурні цінності. Р. Будон вважає безплідними всі спроби обґрунтувати універсальні закони й причинно-наслідкові зв’язки: “Закони змін – абсолютні, універсальні чи причинно-наслідкові – являють собою пусту конструкцію” [1, с. 218]. Виведені на основі аналізу процесів, що відбуваються в певних локальних і часових межах, вони не знаходять підтвердження в досвіді процесів, що спостерігаються за цими межами.

Отже, в розумінні представників акціонізму соціальна реальність являє собою поєднання, з одного боку, раціональних, індивідуальних дій, а з іншого – впливу структур. Разом з тим, незважаючи на визнання певного впливу структур, фундаментальним підґрунтям суспільного життя виступає індивідуально-діяльнісна реальність. Саме вона є вихідним пунктом досліджень соціального життя, а завдання соціології полягає в пошуку пояснення соціальних явищ на мікросоціологічному рівні, що складається з індивідуальних соціальних дій. Індивідуальна поведінка не є повністю детермінованою, вона багато в чому залежить також як від усвідомлення актором тієї ситуації, в якій він перебуває, так і від вибору, який він здійснює, тобто в методологічному плані соціологічне пояснення проходить через відтворення інтенціональності акторів, через розуміння мотивів їхньої поведінки.

2. Принцип раціональності – більшість індивідуальних вчинків є раціональними й тому піддаються розумінню. Однак раціональність розуміється як “обмежена раціональність”, яка передбачає: неможливість володіння повною інформацією про всі можливі альтернативи ухвалення рішень; наявність чинника зовнішнього примусу, тиск з боку різних формальних і неформальних чинників; невизначеність ситуації. Індивід, якому притаманна обмежена раціональність, займається пошуком прийнятних способів досягнення власних цілей, усвідомлює ті структурні обмеження, які не дозволяють йому повною мірою здійснювати свою діяльність. Раціональність в такому розумінні це, найперше, інтенція дії, або “процедурна раціональність” [5, с. 138]. Це суб’єктивне прагнення актора, враховуючи контекст, наскільки дозволяють умови діяти раціонально в інструментальному сенсі, тобто співміряючи свої ресурси із заявленими та відрефлексованими цілями максимізації корисності за умови обов’язкової орієнтації на контекст. Р. Будон визначає таку раціональність як усвідомлення акторами “структури ситуації”, в якій вибудовуються стратегії дії: “Ступінь “раціональності” може оцінюватися лише виходячи з ситуації, в якій знаходиться сам актор” [1, с. 62]. В такому

розумінні “раціональність” тотожна усвідомленню дії актором, виходячи з ситуації, а визначивши характер і структуру ситуації, можна зрозуміти мотивацію дії і реакцію на стимули конкретного середовища. За такого підходу поняття “ірраціональна дія” перестає бути предметом розгляду соціології, оскільки дія, що не містить в собі сенсу, системи значень, цілей, оцінки взаємозв’язку “Я – структура ситуації”, рефлексивного відстеження процедур, не підлягає вивченню.

Р. Будон пропонує розглядати низку типових ситуацій, що мають місце в повсякденному соціальному житті індивідів:

- 1) ситуації, коли актори мають хибні уявлення про ті засоби, що є в їхньому розпорядженні для реалізації поставлених цілей;
- 2) ситуації, коли уподобання індивідів насправді суперечать їхнім реальним інтересам, тобто має місце явна невідповідність цілей діяльності, що розуміються суб’єктивно, й об’єктивно існуючої реальності;
- 3) ситуації, коли в основі дії лежать невизначені, наділені певним ступенем істинності чи хибності, міркування.

Наділення актора спроможністю діяти раціонально не означає, що всі його вчинки визначаються раціональністю, в той час як ірраціональна складова повністю відсутня, а лише намагання зрозуміти його поведінку, тобто раціонально відтворити її. Р. Будон пропонує виходити із визначення раціональності, яке б враховувало причини поведінки і яке б надавало змогу уникнути, з одного боку, обмеження причинами, які мають об’єктивне підґрунтя, а з іншого – прийняття будь-якої причини, яким не був її зміст: раціональною буде “всяка поведінка, якій можна дати таке пояснення: Х мав достатні підстави, щоб зробити Y, тому що... – не ризикуючи зустріти спротив і не відчуваючи недоцільності власного вчинку” [3, с. 307]. Отже, визначальними рисами раціональної соціальної поведінки є обґрунтованість та доцільність, що ґрунтується на моніторингу ситуативного оточення. Таке визначення раціональності покликане усунути протиріччя між утилітаризмом та ірраціоналізмом, беручи до уваги все різноманіття можливих причин поведінки (інтерес, дієвість, повага до норм, відданість традиції, віра в певну теорію тощо), воно не зводить раціональну поведінку лише до утилітаристської та одночасно дає змогу відокремлювати її від ірраціональної поведінки, оскільки вона не є обґрунтованою.

3. Принцип агрегації, який передбачає, що макросоціальні явища відображають ефект простого чи комплексного поєднання індивідуальних дій. Відкидаючи надіндивідуальне походження соціальних структур та інститутів, представники акціонізму не відмовляють соціології у необхідності й можливості дослідження макросоціальних явищ завдяки існуванню ефектів особливого роду. Найпростіший – результат простого додавання індивідуальних вчинків, коли для пояснення макросоціального явища достатньо розуміння індивідуальних дій. Водночас деякі соціальні явища не можна звести до такого додавання, оскільки складається враження, що вони живуть власним життям, тобто складання індивідуальних вчинків може мати наслідком “емерджентний ефект”. Типовий приклад такого ефекту – крах на біржі, коли ніхто з акторів не бажає його спричинити, він є ненавмисним і небажаним, але тим не менш він виступає результатом їхніх дій. Такі ефекти є продуктом низки форм складання, з яких можна виокремити

дві: ситуації взаємозалежності, за яких складання дій не залежить від волі акторів, а іноді навіть зникати з їхньої свідомості, й ситуації взаємодії, за яких актори реагують на дії один одного, не маючи можливості повністю передбачити їхні наслідки. Останній принцип демонструє, що парадигма акціонізму не має на увазі соціальну ізоляцію, а передбачає врахування стосунків між індивідами, включаючи ті, що приймають форму взаємодій, вона може також застосовуватися для дослідження колективних дій, реалізації індивідуальних і групових стратегій поведінки в рамках соціальних інститутів, механізмів і форм протікання соціальних процесів як сукупності взаємодій раціональних індивідів.

Далі розглянемо докладніше, як теоретико-методологічні принципи акціонізму можуть бути застосовані в дослідженні споживчого вибору. Під споживчим вибором ми розуміємо дії індивіда, спрямовані на вибір принаймні з декількох альтернатив споживчого блага, необхідного для задоволення певних потреб.

Методологічний індивідуалізм означає, що до певної міри соціальні інститути виступають результатом інтенцій акторів і результатом їхніх дій. Взаємозв'язок споживчого вибору й соціальних інститутів має декілька аспектів. По-перше, інститути створюють ситуацію, в якій реалізується споживчий вибір як соціальна дія, при цьому їхні складові (норми, правила, традиції) можуть розглядатися як чинники, що обмежують свободу діючого суб'єкта чи як необхідні умови такої дії, але в жодному разі не як одиниці, що здійснюють на неї вплив. Дійсно, якщо споживач суб'єктивно співвідносить тільки мету (придбання того чи іншого товару/послуги) й власні ресурси, не враховуючи розмаїття формальних і, головню, неформальних норм і правил, соціокультурних особливостей середовища, навряд чи це спричинить для нього позитивні ефекти. По-друге, вибір споживачів сам по собі здатен генерувати певні інститути, наприклад, інститут виробництва, коли споживачі виступають як активні виробники символів і знаків споживання, інститут реклами, моди тощо. По-третє, споживчий вибір являє собою сукупність елементів, що містять також інституційні складові (наприклад, неформальні правила; ієрархія цінностей, що поділяються певними соціальними групами; існування сталих стилів життя, моделей споживання).

До того ж, згідно з основними положеннями акціонізму, звернення до індивідуальних дій не обов'язково передбачає, що актор – це тільки окремий індивід. Можна згрупувати індивідів за категоріями чи навіть розглядати в якості індивіда колектив за умови, що він має систему ухвалення колективних рішень. Досліджуючи споживчий вибір, в якості його суб'єкта можна розглядати як окремих індивідів з певними потребами, установками, системою цінностей, психологічними реакціями, так і колективних суб'єктів (сім'я чи домогосподарство), в межах яких виробляється консенсус стосовно індивідуальних потреб їхніх членів.

Споживач є раціональною істотою в широкому сенсі, виступаючи максимізатором корисності у власному розумінні. У формуванні ж того, як споживач розуміє корисність, вирішальна роль належить культурі й соціальним інститутам. Модель споживчої поведінки завжди вписана в той чи інший історичний контекст. Інститут працює як інформаційний орієнтир суспільної свідомості й стимул, як носій зворотного зв'язку від суспільства до споживача, інформує його про найбільш "раціональні" для ньо-

го можливості рішення, спонукаючи його слідувати нормі. Одним з найважливіших соціальних інститутів, що впливають на поведінку й вибір споживачів, виступає держава, яка використовує для цього різні форми й методи участі в соціально-економічному розвитку, регулювання соціально-економічних процесів. Держава певним чином формує споживача, здійснюючи контроль за поширенням через засоби масової комунікації тих або інших споживчих установок, стереотипів, здійснюючи захист прав споживачів як безпосередньо, в рамках створення правових засад регулювання споживчої поведінки, так і опосередковано – в процесі підтримки високих темпів економічного зростання, проведення структурної, антимонопольної, податкової політики, політики регулювання доходів, реалізації соціальних програм.

Що стосується принципу агрегації, на наш погляд, він може знаходити прояв у соживчому виборі таким чином. Стиль життя, впливаючи на споживчий вибір, спричиняє конкуренцію між споживачами як учасниками різних ринків і вибір може повноцінно здійснюватися лише в умовах широкої конкуренції й різноманіття соціокультурних форм, спираючись на систему потреб, інтересів і цінностей споживачів. Тобто формується залежність між рівнем і станом індивідуального споживання й розвитком ринку, суспільства й культури, споживання впливає на розвиток ринкової економіки й плюралістичної культури. Інтерації в сфері споживання сприяють послабленню зв'язку між соціальною структурою та стилем життя. Стильове різноманіття відбиває зростаючу соціальну диференціацію, а суспільство характеризується поєднанням різноманітних життєвих стилів, без виразних статусних розбіжностей, які перетворюються на умовні, фрагментарні, рухомі й розпоршені.

Таким чином, ми вважаємо, що парадигму акціонізму можна розглядати як теоретико-методологічну основу досліджень споживчих практик і вибору споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Будон Р. Место беспорядка. Критика теорий социального изменения / Р. Будон ; пер. с фр. М. М. Кириченко ; науч. ред. М. Ф. Черныш. – М. : Аспект Пресс, 1998. – 284 с.
2. Верлен Б. Общество, действие и пространство. Альтернативная социальная география [Электронный ресурс] / Б. Верлен // Социологическое обозрение. – 2001. – Т. 1. – №2. – С. 25–46. – Режим доступа: http://www.hse.ru/data/2011/03/30/1211856626/1_2_2.pdf
3. Курбатов В. И. Современная западная социология: Аналитический обзор концепций : [учебное пособие]. / В. И. Курбатов. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. – 416 с.
4. Кюэн Ш.-А. В каком состоянии находится социология? / Ш.-А. Кюэн // Социологические исследования. – 2006. – № 8. – С. 13–20.
5. Норт Дуглас. Институты, институциональные изменения и функционирование кономира / Д. Норт ; пер. с англ. А. Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б. З. Мильнера. – М. : Фонд экономической книги “Начала”, 1997. – 180 с. – (Современная институционально-эволюционная теория).
6. Рощина Я. М. Социология потребления / Я. М. Рощина. – М. : Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2007. – 447 с.

Стаття надійшла до редколегії 15.02.2013
Прийнята до друку 11.03.2013

RESEARCHES OF CONSUMER CHOICE IN CONTEXT OF ACTIONIST PARADIGM

S. Vaculenko

*V. N. Karazin National University of Kharkiv,
sq. Svobody, 6, Kharkiv, Ukraine, 61077,
svakulenko28@gmail.com*

In the article the theoretical grounds to the study of consumer choice are examined. An author underlines that under act of individualization of social life the necessity of research of consumer practices appears exactly as practices individual. The actionist paradigm is the methodology that allows to study reasons and consequences of the social operating on an individual level, that is why an author considers appropriate her use for the analysis of consumer choice. It is considered, as exactly theoretical and methodological grounds of actionist paradigm can be used for such analysis.

Key words: consumption, consumer choice, lifestyle, actionism.

ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА В КОНТЕКСТЕ ПАРАДИГМЫ АКЦИОНИЗМА

С. Н. Вакуленко

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина,
м-н Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61077,
svakulenko28@gmail.com*

В статье рассматриваются теоретические основы изучения потребительского выбора. Автор отмечает, что под воздействием индивидуализации социальной жизни появляется необходимость исследования потребительских практик именно как практик индивидуальных. Парадигма акционизма является той методологией, которая позволяет изучать причины и последствия социального действия на индивидуальном уровне, потому автор считает уместным ее использование для анализа потребительского выбора. Рассмотрено, как именно основные теоретико-методологические принципы акционизма могут быть использованы для такого анализа.

Ключевые слова: потребление, потребительский выбор, стиль жизни, акционизм.