

Лекція 2

3. Парадигма обміну

Як стверджує Дж. Хоманс, світ рухають особисті інтереси людей. Незалежно від історичного часу та ступеня суспільного розвитку в людському суспільстві діє універсальний "закон вигоди": людина завжди прагне досягти максимальних винагород за мінімальну ціну.

Повсякденне життя складається з нескінченної низки "обмінних угод", під час яких люди задовольняють потреби одне одного. Це можливо, тому що кожний індивід має певну кількість ресурсів, які він потенційно може використати шляхом обміну з іншими для придбання об'єктів і послуг, що мають для нього суб'єктивну цінність. Людина змушена входити у відносини обміну, оскільки індивідуальні ресурси обмежені, а оточуючі володіють багато чим з того, чого вона потребує для задоволення життєво необхідних матеріальних потреб, для повноцінного соціального і психологічного розвитку й існування. Люди обмінюються матеріальними і нематеріальними цінностями, які належать до сфери емоцій або різноманітних послуг. Об'єктами обміну є не лише гроші, товари та економічні послуги, а й такі цінності, як похвала, повага, любов, прихильність, дружба.

Під час обмінних операцій з оточенням людина прагне одержати "винагороди" (*rewards*) й уникнути "покарань" та "прорахунків" (*costs*). Соціальна поведінка — це майже завжди раціональний обмін. У процесі соціальних відносин партнери вдаються до розрахунків цінності винагороди, що пропонується іншими для обміну, а також власних витрат, яких вони можуть зазнати. Хоча люди не є ідеально раціональними, вони ведуть підрахунок витрат і надбань своїх соціальних взаємодій. Кожний учасник обміну калькулює винагороди, витрати, прибуток.

Не прагнучи досягти максимального прибутку, люди завжди намагаються одержати певну вигоду від своїх соціальних взаємодій. Наведемо простий приклад. Дитині дуже хочеться з'їсти дві цукерки, які лежать у неї в кишені, але вона знає, якщо не поділиться з товаришем, то може: а) одержати негативну оцінку "жаднюга" з боку оточення; б) розірвати стосунки з товаришем; в) у такій самій ситуації, коли товариш матиме два яблука, до неї бумерангом повернеться її відмова пригостити. Виникає складна дилема: одержати максимальну матеріальну вигоду чи мати моральну вигоду

у вигляді дружніх почуттів і сподівань на майбутню взаємність.

У кожній соціальній ситуації можна поводитися по-різному. Людина розглядає наявні варіанти, робить "внутрішні розрахунки" за суб'єктивною шкалою можливих надбань, витрат, прибутку. Хоч індивіди не мають вичерпної інформації про всі можливі альтернативи, вони звичайно обізнані принаймні з деякими, які, є підґрунтям для оцінок витрат і надбань. Зіставивши кілька винагороджуваних варіантів, людина обирає шлях, який забезпечить її найбільшою вигодою. Вона є вільною у своєму виборі й відповідальною за нього, вважає Дж. Хоманс. Такі калькуляції не обов'язково є усвідомленими чи раціональними. На прийняття рішення щодо альтернативних ліній поведінки впливають такі культурні компоненти, як норми та цінності, Я-концепції тощо.

Оскільки обсяг ресурсів, потрібних людям для задоволення їхніх матеріальних, соціальних і психологічних потреб, обмежений і в будь-якій ситуації взаємодії зберігаються обмеження щодо діяльності людей, суб'єкти конкурують один з одним, прагнучи одержати вигоду зі своїх взаємодій. Люди починають змагатися за володіння ресурсами, що створює напруженість у процесах обміну.

Для Дж. Хоманса абсолютно всі (а не лише економічні) ситуації взаємодії передбачають наявність індивідів, що обмінюються винагородами й покараннями і прагнуть вигадати щось. У різних соціальних контекстах відбуваються "постійні переговори", які мають на меті одержати взаємну вигоду, коли кожний учасник обміну калькулює винагороди, витрати, прибуток. Соціальні суб'єкти роблять підрахунки з метою одержати від іншого суб'єкта те, що переважає цінність і корисність того, що вони мають витратити.

Пітер Блау своїми оригінальними поглядами доповнює хомансівську модель елементарного соціального обміну. На його думку, люди вступають в обмін, оскільки відчують можливість одержати винагороду (це відчуття П. Блау називає соціальним тяжінням). Починаючи обмін, кожний робить припущення щодо прагнень іншої особи, отримуючи уявлення про її потреби. Відтак кожний маніпулює власним образом з метою переконати партнера, що він має ті цінності, якими, очевидно, прагне володіти партнер. Люди діють за принципом взаємності, оскільки, виявляючи свої цінні властивості, кожний вимагає винагороди. Будь-який вид обміну передбачає, що люди, які надають винагороди, також отримують винагороди як плату за свої витрати. Індивіди прагнуть справити один на одного враження під час змагання, коли кожний демонструє винагороди з метою змусити іншого відповісти йому навіть,

можливо, ціннішою винагородою. П. Блау аналізує основні види винагород, які володарі ресурсів можуть отримати шляхом обміну: гроші, соціальне схвалення, повагу та ін.

Отже, у взаємодії потреби учасників підкріплюються. Це прагнення отримати підкріплення з боку оточуючих, інакше кажучи, задовольнити свої потреби, і зумовлює соціальний обмін "винагородами". Саме в цьому вбачає Дж. Хоманс сутність суспільних відносин. На його думку, секрет соціального обміну між людьми полягає в тому, щоб дати іншій людині те, що вона вважає ціннішим, ніж ви, і одержати те, що є більшою цінністю для вас, ніж для неї.

Отже, теорія обміну — це загальна теорія, яка трактує людську поведінку як процес, у якому індивіди задовольняють один одного значущими послугами та вигодами. Для того щоб обмін стався, обидві сторони повинні оцінити користь, яку забезпечує партнер по обміну,

4. Основні аксіоми теорії обміну

Маючи у розпорядженні соціологічні поняття, що були інтерпретовані мовою теорії обміну і становили її теоретичний фундамент, Дж. Хоманс наводить у праці "Соціальна поведінка: її елементарні форми" п'ять основних аксіом, призначених для пояснення процесів початку, підтримання, зміни та завершення соціальних відносин.

Ознайомимося з цими аксіомами, описуючи поведінку людини в реальній життєвій ситуації і намагаючись передбачити її. Припустімо, що Максим, студент університету, вирішив поєднувати навчання з індивідуальним бізнесом, щоб бути незалежним від фінансової допомоги батьків.

1. Він береться за продаж газет — одна спроба, друга, третя — і всі невдалі: прибуток, за оцінками Максима, не виправдовує затрат сил, часу, енергії. Найімовірніше, він або відмовиться від свого наміру, або спробує себе в іншій справі. Йому радять зайнятися репетиторством, і ця ідея надихає його. Від заняття до заняття Максим має стабільний заробіток, набуває педагогічного досвіду, поглиблює знання, відчуває задоволення від престижності інтелектуальної роботи. Мабуть, він і надалі цим займатиметься. *Принцип успіху:* чим частіше певні вчинки людини винагороджуються, тим дедалі більше вона схильється до них.

2. Максим цінує свій бізнес, пам'ятаючи про те, що репетитора шанують за пунктуальність, коректність, індивідуальний підхід, доступність викладання інформації, уміння створити комфортні

умови. Напевне, від заняття до заняття Максим намагатиметься створювати саме такі умови, щоб не втратити учнів. *Принцип стимулу*: якщо винагорода за певні дії залежить від певних умов, людина знову прагне відтворити ці умови.

3. Максим займається престижним бізнесом, який забезпечує йому матеріальну незалежність, професіональний розвиток, упевненість у собі, повагу однокурсників. Тому він готовий багато часу і сил витратити на підготовку, освоєння нових методик викладання, щоб досягти систематичної організації матеріалу та виразності мови. *Принцип цінності*: чим цінніший для людини результат її дій, тим наполегливіше вона прагнутиме його, тим більше ладна заплатити, щоб досягти його.

4. Коли бізнес Максима стане стабільним, він набуде репутації авторитетного, популярного репетитора, а його методика викладання буде ефективною та бездоганно опрацьованою, очевидно, через рік він менше захоплюватиметься своїми заняттями. Його діяльність стане буденною, в ній зменшиться кількість нових та проблематичних сфер, і він докладатиме менше зусиль для отримання матеріальної винагороди та психологічного задоволення. *Принцип насичення*: чим частіше в минулому людина одержувала певну винагороду, тим менше вона цінуватиме її серед низки наступних винагород.

5. Вдаючись до послуг репетитора, учень очікує, що, витрачаючи особисті гроші та час (витрати), він матиме систематизовану інформацію (винагорода), надану відповідно до його рівня знань і підготовки. Якщо замість цього час буде згаяно на сторонні розмови або непослідовне викладання теми, до того ж повільно та нудно, він буде роздратований і, ймовірно, розірве контракт. У свою чергу репетитор сподівається не тільки на своєчасну плату (матеріальна винагорода) за свою сумлінну працю (витрати), а й на задоволення від ефекту занять — поступального розвитку здібностей учня, прогресу в знаннях, його дисциплінованості та допитливості (нематеріальна винагорода). Якщо учень спізнюється на заняття, демонструє байдужість та незацікавленість, репетитор відчуває розчарування й роздратованість, оскільки його творча енергія не знаходить відгуку. *Принцип справедливості розподілу*: чим частіше на шкоду певній людині правило справедливого розподілу залишається нереалізованим, тим з більшою ймовірністю вона виявить емоції, які ми називаємо роздратуванням. Згідно з цим принципом, люди роблять розрахунок "справедливості розподілу", оцінку того, чи відповідають одержані в певній ситуації винагороди витратам і

вкладенням.

Зазначені принципи є ядром теоретичної моделі Дж. Хоманса, пояснюючи мотиви та цілі соціальних дій. Хоча багато дослідників критикують ці аксіоми, але на їхній підставі можна передбачити майбутні події. "Психологічні закони" Дж.Хоманса можуть пояснити привабливість взаємодії для індивіда, прагнення підтримувати соціальні відносини, змінити їх або припинити.

Дж. Хоманс так підсумовує основні положення обмінної концепції: слід "відродити і надати глибшого обґрунтування давній теорії соціальної поведінки як обміну. Деякі твердження цієї теорії можна сформулювати так. *Соціальна поведінка* — це обмін цінностями матеріальними і нематеріальними, наприклад знаками схвалення або престижу. Люди, які багато дають іншим, прагнуть багато одержати від них, а люди, які одержують багато від інших, зазнають з їхнього боку впливу, спрямованого на те, щоб ці інші також могли одержати багато чого у відповідь. Такий процес впливу має тенденцію до забезпечення рівноваги, або балансу, між обмінами. Те, що віддає людина, беручи участь в обміні, може бути для неї цінністю, як і те, що вона одержує, — винагородою, і її поведінка змінюється менше, якщо вигода, тобто винагорода з вирахуванням витрат, зберігає максимальне значення. Вона не лише прагне досягти цього максимального значення, а й намагається стежити за тим, щоб ніхто з її групи не отримав більшої вигоди. Вартість і цінність того, що вона віддає та одержує, змінюються залежно від кількості того, що вона віддає або одержує. Дивовижно, наскільки звичними є ці твердження".

5. Зауваження опонентів

Багато дослідників вважають аргументи теорії обміну цікавими, плідними щодо розуміння повсякденного життя людей, "елементарної соціальної поведінки" їх. Теорія пояснює, чому люди поведуться з іншими так чи інакше. Водночас підкреслюється, що поведінка людей складніша, ніж передбачає теорія обміну. Соціальне життя ширше за обмінні взаємодії, воно багатовимірніше і підпорядковане не лише утилітарним інтересам, індивідуальним розрахункам вигоди, а й нормам і цінностям, колективним силам, системі символів і стереотипів соціального оточення, з яким індивіда поєднують тисячі зв'язків. Однак ці елементи не стали об'єктом цілеспрямованого теоретичного аналізу, тому серед соціологій повсякденного життя теорія елементарної соціальної поведінки розглядається іноді як альтернатива символічному інтеракціонізму та етнометодології.

Дж. Хоманс зосередив увагу передусім на вивченні мікроявищ, але своє основне завдання вбачав у розкритті механізмів формування макроструктур: соціальних інститутів, норм, ролей тощо. Саме до хомансівського макроаналізу опоненти ставляться найкритичніше. Їх не переконує розуміння колективного порядку як результату "постійних переговорів" учасників обміну. Критики вважають, що теорія соціального обміну не дає задовільної відповіді на основні для соціології запитання: "Як існує суспільство?"; "Як можливий соціальний порядок?"

Аналіз процесів повсякдення за Дж. Хомансом, без сумніву, буде цікавим і переконливим навіть на підставі вашої інтроспекції своїх взаємодій з іншими. В хомансівській концепції читач знайде для себе стимулюючу модель зображення індивідуальної поведінки.