

# СОЦІОЛОГІЧНІ НАУКИ

УДК 316

## СУЧАСНІ ФОРМИ СОЦІАЛЬНОГО КОНТРОЛЮ В СУСПІЛЬСТВІ СПОЖИВАННЯ: АКТУАЛЬНІ УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

Гудзенко О.З., Новикова Д.М.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Стаття присвячена дослідженню сучасних форм прояву соціального контролю в умовах суспільства споживання. В роботі відзначається зміна змістовного наповнення концепту «соціальний контроль» в соціологічному дискурсі. Обґрунтовується специфіка прояву соціального контролю в актуальних умовах українського суспільства. Акцентується увага на наступних формах прояву соціального контролю – медикалізації, індустрії краси та соціальної успішності. Теоретичні напрацювання підтверджуються результатами соціологічного дослідження.

**Ключові слова:** соціальний контроль, споживання, суспільство споживання, медикалізація, індустрія краси, соціальна успішність.

**Постановка проблеми.** Поняття соціальний контроль є фундаментальним для соціології, оскільки є основою для гармонійного розвитку та функціонування будь якої соціальної системи, цілком очевидно, що актуальний стан розвитку суспільства сформував потребу в теоретичній концептуалізації соціального контролю в умовах суспільства споживання, адже в роботах відомих соціологів при характеристиці сучасного стану суспільства відзначається різке зростання споживацьких благ.

Специфіка трансформації соціального контролю, який в актуальних реаліях ґрунтується на «м'яких» методах інформаційного впливу та маніпуляції масовою свідомістю, суттєво актуалізує потребу поглиблених теоретичних досліджень. При цьому поступово відбувається зміна методологічного ракурсу – від теоретичного осмислення та наукової ідентифікації змісту соціального контролю в якості жорсткої системи наглядності та підпорядкування до тлумачення його як важливого теоретичного засобу відображення сучасних «м'яких» форм маніпуляції.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У світовій соціології поняття «соціальний контроль» розглядається як один з ключових елементів осмислення соціуму в працях західних соціологів, представників соціально-психологічного напрямку – Г. Тарда, Н. Вінера, Е. Росса, в працях американських соціологів минулого (У. Самнер) і сучасності (І. Зола, Е. Гуд та ін.). Теоретичні засади соціального контролю, пов'язані переважно з проблемами соціального управління, аналізом конкретних його форм прояву і елементів, можна знайти в ряді російських (Г. Андрєєва, І. Антонович, В. Клімов, І. Кон, Е.Пеньков, В. Ядов), та в роботах українських вчених (В. Бакіров, Б. Буйвол, В. Оссовський, І. Попова, А. Ручка, О. Шорохова, О. Якуба та ін.).

Сучасні українські соціологи, які пишуть про консюмеризм, як ідеологічний вплив сучасної системи соціального контролю в рамках суспільства споживання – це Я. Зоська, В. Лапіна, І. Набруско та ін. Медикалізацію, як сучасну

форму соціального контролю, широко аналізують в своїх роботах російські дослідники Д. Міхель, Д. Доброродний, Ю. Черняк, І. Журавльова, Л. Бурганова, Ж. Савельєва, та американські соціологи У. Кеннел та Д. Маклін. Серед останніх робіт, які заслуговують особливої уваги можна назвати дисертаційні дослідження Ю. Комлева та його теорії рестриктивного соціального контролю та українського дослідника Н. Бойко, яка розглядає соціальний контроль в умовах демократизації суспільства.

**Мета роботи** полягає в експлікації сучасних форм прояву соціального контролю в рамках українського суспільства споживання.

**Виклад основного матеріалу.** Змістовне наповнення концепту «соціальний контроль» в соціологічному дискурсі за останні двадцять років суттєво трансформувалося від сукупності жорстких процесів та механізмів нормування соціальної поведінки, забезпечення соціального порядку, стабільності та гармонії через застосування санкцій (об'єктивістська традиція) та інтернального контролю (суб'єктивістська традиція) до спочатку м'яких, відкритих механізмів у вигляді соціальних цінностей та норм, а вже згодом до латентних, цілком легітимізованих у свідомості індивідів форм тотального соціального «адміністрування» та «програмування» поведінки індивідів через сучасні канали соціального контролю в технологічному, інформаційному та символічному вигляді.

Зміна концептуального навантаження досліджуваного нами концепту призводить до трансформації елементів структури соціального контролю. Так, за критерієм механізму підтримки системного впорядкування в умовах сучасного суспільства визначаються наступні елементи: соціальні цінності (гроші), соціальні норми (модні стандарти та норми, концепт «бажаюча машина»), соціальні санкції (ярлик «шізо») та влада. З точки зору системного підходу, в рамках суспільства споживання суб'єктом соціального контролю виступає держава або інституційна еліта, що через своїх агентів: моду як основний

механізм символічного і матеріального виробництва, кредит – як «мораль випереджаючого споживання» транслює і поширює норми та споживацькі цінності за посередництвом таких каналів та інструментів, як інтернет, засоби масової інформації, бажання, спокуса, емоції, громадська думка і реклама. В свою чергу, суспільство в цілому, кожний конкретний індивід, а також соціальна група або будь-яке інше об'єднання індивідів стає об'єктом соціального контролю.

Сучасний етап розвитку суспільства споживання дозволяє говорити про завершену інституціоналізацію принципово нових тактик: культивування спокуси, бажань та економізації почуттів та емоцій. Сьогодні сам факт бажання, нав'язаного спокусами зовнішнього соціального контролю, є індикатором сприйнятливості індивідів до маніпуляцій, їх готовності до підпорядкування, до реалізації обраної за них тактики, тобто готовності відповідати канонам краси, ідеалу здоров'я і культу успішності. Ринок виявляє тенденцію до комерціалізації емоцій і почуттів індивідів, які платять за власні відчуття. Сучасне українське суспільство, яке визначається в якості «суспільства споживання» знаходиться тільки на стадії формування або початкового розвитку. Метафорично використовуючи принцип реалізації системи Сіноптікону в контексті українських соціокультурних реалій, можна зробити висновок про те, що сучасна людина насолоджується та задовольняє свою цікавість тільки тим, що показують ЗМІ. Сіноптична модель перетворює більшість індивідів у глядачів, якими маніпулює меншість.

Суб'єкт суспільства споживання набуває іншої якості і проявляється як «бажаюча машина», – тобто людина, що діє в рамках кодів, правил, обмежень відповідної репрезентативної культури і, отже, їм підкоряється. «Нормальний» індивід сучасного суспільства – це «бажаюча машина», а вільний індивід, якщо є сенс про такого згадувати, – це «шізо», «деконструйований суб'єкт».

Трансформації зазнають і форми соціального контролю, якими в умовах сучасного стану розвитку суспільства споживання стають медикалізація, культивування соціальної успішності, вплив індустрії краси та тенденція до естетизації, які з успіхом реалізуються в рамках українського суспільства споживання завдяки медіа посереднику.

В процесі коммодифікації здоров'я, медичні практики все більш нагадують споживчі. В результаті, здоров'я перетворюється в бажану, але недосягну мету. «Бути здоровим» стає фундаментальною потребою сучасної людини і необхідною умовою красивого життя. Одночасно з цим, пропаганда здорового способу життя успішно комерціалізується, експлуатуючи страх за здоров'я, а медичні технології та засоби моніторингу тілесних процесів проникають в повсякденне життя. В рамках суспільства споживання медикалізація нав'язує «свій товар» у вигляді споживання консультацій лікарів, психологів, читання відповідної спеціалізованої літератури, покупки профілактичних препаратів.

Актуальною формою соціального контролю виступає індустрія краси, що апелює до культу тіла, як об'єкту поклоніння. Вона проявляється в

переживаннях, пов'язаних з віком і появою зморшок, турботах про здоров'я, «фігуру», гігієну, ритуали контролю та догляду за собою (масаж, сауна, дотримання режиму); стають культом відвідування солярію і терапевтичних кабінетів, як зловживання послугами лікарів і фармацевтів. Красиве тіло виступає винагородою, об'єктом споживання. Була зафіксована тенденція хелтізму, як естетизації тіла за допомогою медицини і одночасно з'єднання індивідуальних стратегій турботи про тіло.

Ще однією формою сучасного соціального контролю виступає культивування соціальної успішності. ЗМІ, представляючи тій чи іншій аудиторії сучасну успішну людину, зазвичай апелюють до престижного споживання, демонстративних дозвіллевих практик, певного стилю життя та іміджу. Вони дають зрозуміти, що людина, яка має певний соціальний статус, повинна підкріплювати це положення особливостями споживання і користуватися речами, які підтверджують досягнуте.

Для емпіричної фіксації сучасних форм прояву соціального контролю нами було проведено соціологічне дослідження на тему «Репрезентація сучасних форм соціального контролю в українському рекламному медіапросторі» з використанням методу формалізованого контент-аналізу в період з 02.02.15 – 02.04.2015. Вибіркова сукупність складала 1067 рекламних відео роликів вечірнього ефіру каналів Інтер, 1+1, СТБ, ICTV та Україна за один весняний та один зимовий місяці

Так, данні отримані при проведенні соціологічного дослідження свідчать про те, що ступінь вираженості досліджуваних форм прояву соціального контролю, таких як медикалізація, індустрія краси та соціальна успішність, серед усієї кількості роликів (1067) дорівнювала 47% (див. рис. 1). Частка роликів про медикалізацію від усієї вибіркової сукупності складає 25,0%. Доля тих роликів, що направлені на культивування соціальної успішності складає – 15,0%. Індустрія краси як форма соціального контролю є найменш представленою в рекламному дискурсі, бо складає лише 7,0% серед усіх проаналізованих роликів.

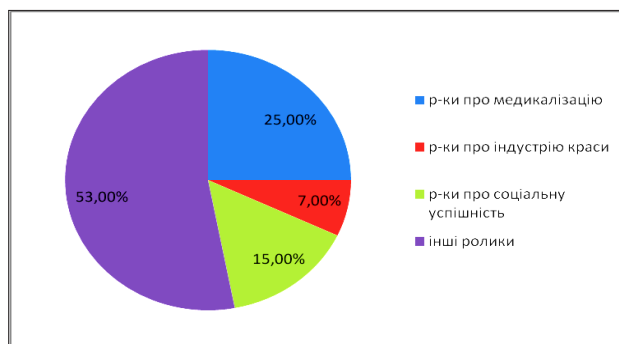
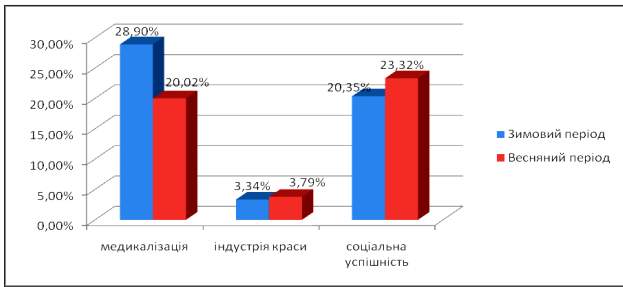


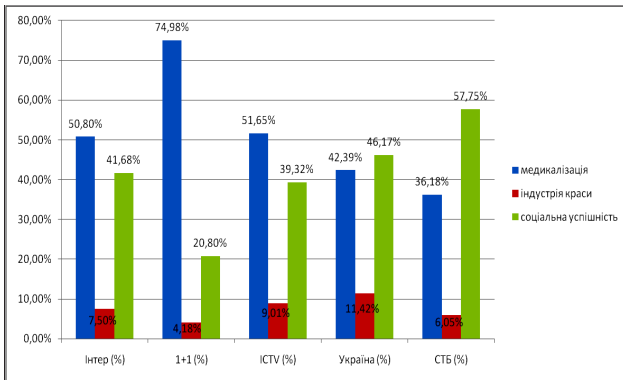
Рис. 1. Ступінь вираженості досліджуваних роликів серед усіх роликів, в %

Дані контент-аналізу свідчать, що в зимовий період найбільше культивується медикалізація як сучасна форма соціального контролю (28,95%); найменше – індустрія краси (3,34%). В весняний період – переважає соціальна успішність (23,32%) (див. рис. 2).



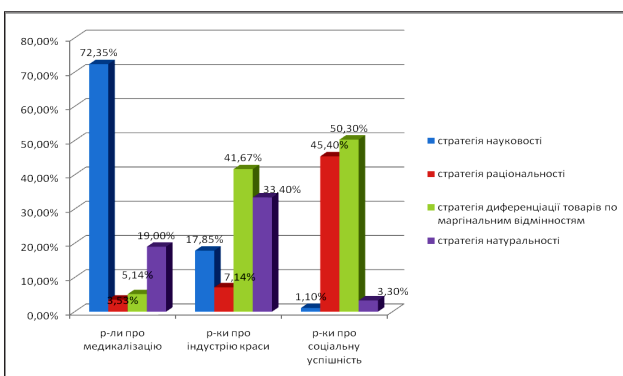
**Рис. 2. Розподіл досліджуваних феноменів в залежності від пори року, в %**

Телеканали Інтер, 1+1 та ICTV культивують медикалізацію як основну форму соціального контролю – 50,80%, 74,98% та 51,65% – відповідно. На відмінну від вищезазначених каналів, телеканали Україна та СТБ в якості основної форми соціального контролю, орієнтуються здебільше на соціальну успішність – 46,17% і 57,75% (див. рис. 3).



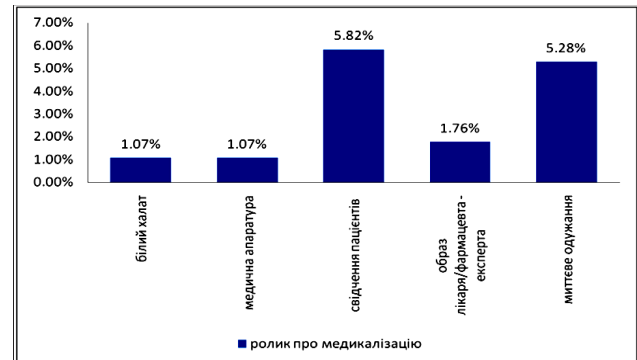
**Рис. 3. Розподіл значень за тематичною направленістю, в %**

Нами були виявлені також основні стратегії маніпуляції споживачим вибором, які експлуатуються в рекламі. Дані контент-аналізу демонструють, що для роликів медикалізації найбільш властиве використання стратегії науковості та стратегії натуральності – 72,35% та 19,00% відповідно. Для роликів про індустрію краси властиве використання стратегій диференціації товарів по маргінальним відмінностям та стратегії натуральності – 41,67% та 33,40% відповідно. Для роликів соціальної успішності найбільш характерне використання стратегії раціональності та стратегії диференціації товарів по маргінальним відмінностям (45,40%) та (50,30%) відповідно (див. рис. 4).



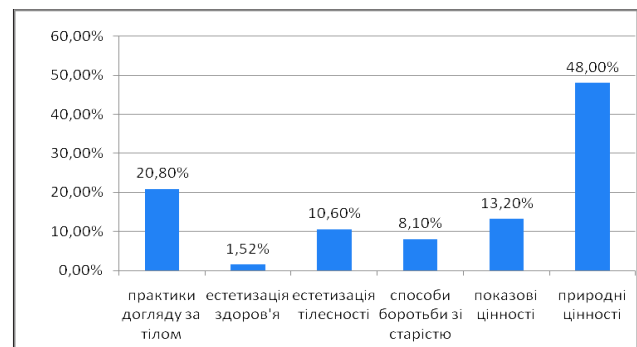
**Рис. 4. Розподіл значень за стратегією маніпуляції, в %**

В рекламі, яка препрезентує цінності медикалізації, широко застосовується символіка образу: експлуатується експертна думка (1,76%), а також найбільше представлені свідчення пацієнтів (5,82%) та їх миттєве одужання (5,28%) (див. рис. 5).



**Рис. 5. Символіка образу в роликах про медикалізацію, в %**

Також доцільно відмітити, що згідно з отриманими нами даними, серед виділених нами елементів естетизації та індустрії краси в рекламі найбільший акцент ставиться на природних цінностях, таких як чуттєвість, краса, чарівність, мужність, жіночність (див. рис. 6).



**Рис. 6. Основні елементи естетизації, в %**

Важливим аспектом є перетин процесів естетизації, як складової індустрії краси, та медикалізації. Фундаментальна багатопланова медична потреба бути здоровим і щасливим у повсякденному житті – це основа для споживачів. Слід зазначити, що медичний раціональний контроль тіла сучасного індивіда включений в процес повсякденної естетизації. Медицина пропонує інструменти естетизації тіла. Маніфестація процесу медикалізації здійснюється за допомогою подібних гасел в ЗМІ: «Ми є тими, ким ми себе зробимо».

**Висновки і пропозиції.** Отже, еволюція системи соціального контролю призвела до культивування принципово нових цінностей та норм: моделей досягнення соціальної успішності, типів демонстративного споживання та престижних дозвіллевих практик, моделей догляду за тілом та постійного контролю за рівнем здоров'я. Принциповою відмінністю сучасної стадії розвитку заявленого нами концепту є те, що в його основі лежить принцип маніпуляції не лише свідомістю, але й тілом індивіда. Механізм, який прив'язує

індивіда до суспільства, змінився, і громадський контроль тепер прихований в нових потребах, вироблених суспільством.

Сучасний стан речей засвідчує цілком сформовану проблему культивування процесу естетизації тіла, медикалізації і все зростаючої ролі медицини, а також проголошення процесу спо-

живання практично єдиним засобом вертикальної соціальної мобільності та досягнення соціального успіху. Оскільки сучасне суспільство є надзвичайно мінливим, «плинним», тому його «споживчий» вимір вимагає постійного переосмислення, як згідно класичних соціологічних схем, так і новітніх дослідницьких перспектив.

### Список літератури:

1. Билько О.И. Тематизация социального контроля в концептуальном пространстве классической социологии [Электронный ресурс] / О.И. Билько. – Режим доступа: [http://globalteka.ru/books/doc\\_details/10926.html](http://globalteka.ru/books/doc_details/10926.html)
2. Бойко Н. К обоснованию современной модели реализации социального контроля [Текст] / Н. Бойко // Социальный вимір суспільства: збірник наук. праць. – Вип. 5. – К. – 2002. – С. 80-97.
3. Королев С. Соблазн дисциплины [Электронный ресурс] / С. Королев // Журнал «Индекс». Досье на цензуру – 2009. – № 29. – Режим доступа: <http://index.org.ru/journal/29/03-korolev.html>
4. Сувалко А.С. Эмоциональный капитализм: коммерциализация чувств [Текст] / А.С. Сувалко. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 48 с.
5. Бурганова Л.А. Медикализация и эстетизация здоровья в рекламной коммуникации [Текст] / Л.А. Бурганова, Ж.В. Савельева // Социологические исследования. – 2009. – № 8. – С. 100-107.
6. Липовецки Ж. Эра пустоты. Очерки современного индивидуализма [Текст] / Ж. Липовецки. – СПб.: Владимир Даль, 2001. – 336 с.
7. Красота тела как цель потребления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dailymanagement.ru/gkos-838-1.html>

**Гудзенко О.З., Новикова Д.Н.**

Днепропетровский национальный университета имени Олеса Гончара

## СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ В ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ УКРАИНСКИЕ РЕАЛИИ

### Аннотация

Статья посвящена исследованию современных форм проявления социального контроля в условиях общества потребления. В работе отмечается изменение содержательного наполнения концепта «социальный контроль» в социологическом дискурсе. Обосновывается специфика проявления социального контроля в актуальных условиях украинского общества. Акцентируется внимание на следующих формах проявления социального контроля – медикализации, индустрии красоты и социальной успешности. Теоретические наработки подтверждаются результатами социологического исследования.

**Ключевые слова:** социальный контроль, потребление, общество потребления, медикализация, индустрия красоты, социальная успешность.

**Gudzenko O.Z., Novikova D.N.**

Dnipropetrovsk National Oles Honchar University

## CONTEMPORARY FORMS OF SOCIAL CONTROL IN CONSUMER SOCIETY: CURRENT UKRAINIAN REALITIES

### Summary

The article is dedicated to the manifestations of contemporary forms of social control in a consumer society. The paper notes the change substantive content of the concept of "social control" in the sociological discourse. Substantiates the specificity of manifestations of social control in the actual conditions of the Ukrainian society. The attention is focused on these forms of manifestation of social control – medicalization, the beauty industry and social success. Theoretical developments are confirmed by the results of sociological research.

**Keywords:** social control, consumption, consumer society, medicalization, beauty industry, social success.