

Creative Hub "Sumy", initiated by the NGO "Club Chance", is an integration platform for formal and informal public initiatives in Sumy city, and other stakeholders with the aim of developing the public sector in the community of the city, region, and Ukraine in general. Increasing the level of knowledge, abilities, and skills of public activists for most active and ambitious public initiatives.

Інформаційний бюлетень громадської організації Клуб "Шанс"

серпень №2, 2023 рік

Про корупційні схеми, та що робити аби корупції стало менше

"Суспільне" поговорило з експертом Віктором Бобиренком про те, що таке корупційні схеми та що робити для того, аби корупції стало менше.

Чому в українців відсутні власні еліти. 6 факторів

І питання питань: чому у нас не складається з елітами? Де команда мрії? Допоки більшість виборців на кожних виборах буде говорити: "Цей зламався – несіть нового"?

СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ТА СОЦІАЛЬНИЙ ЛОБІЗМ В УКРАЇНІ

Чи відбулися Україна як держава і ми як нація?

Війна йде за державу Україна і за цінності, які врешті викристалізувались у найактивнішої частини українців.

В рамках проекту "Інституційна підтримка креативного Хабу "Суми", ініціатором якого виступає громадська організація "Клуб Шанс", ми впроваджуємо:

1. тренінгово-навчальну допомогу формальним і неформальним громадським об'єднанням міста Суми в розвитку власних спроможностей через роботу "Школи демократичного лідерства", розробку методологічних матеріалів, зйомку відео;
2. психо-соціальну підтримку постраждалим від наслідків війни сім'ям (жінкам та дітям) через проведення групових занять в арт-терапевтичних класах та організацію сімейних вікендів.

Метою "Школи демократичного лідерства" є підвищення стійкості громадських організацій у Сумах, збільшення їхніх можливостей у побудові горизонтальних зв'язків, у відносинах з донорами, ЗМІ, владою, зворотніх зв'язків з жителями громад, покращення знань із підготовки проектних заявок на фінансування.

Метою проведення групових занять із психосоціальних консультацій є надання людям, які зазнали стресу від війни, внутрішнього переселення необхідної психологічної підтримки та допомоги у освоєнні навичок самопізнання, саморегуляції, покращення психо-емоційного благополуччя родин у період воєнного часу.

Цільова аудиторія проекту: 1) громадські активісти, які хочуть і можуть ініціювати масштабні соціальні проекти у Сумах, вбудовувати стійкі мережі, які залучають великі групи волонтерів, а також 2) інша група людей, які постраждали внаслідок воєнних дій, переважно діти до 18 років та жінки всіх вікових категорій, які потребують психосоціальних групових консультацій.

Within the framework of the project "Institutional support of the Creative Hub "Sumy", initiated by the NGO "Club Chance", we are implementing:

1. training and educational assistance to formal and informal public associations in Sumy city in the development of their own capabilities through the work of the "School of Democratic Leadership", development of methodological materials, filming of videos.
2. psycho-social support for families affected by the consequences of war (women and children) through group classes in art therapy classes and organization of family weekends.

The goal of the "School of Democratic Leadership" is to increase the resilience of NGOs in Sumy city, to increase their opportunities in building horizontal connections, in relations with donors, mass media, authorities, feedback connections with hromada's residents, and improving knowledge of preparing project applications for funding.

The purpose of conducting group classes on psychosocial counseling is to provide people who have experienced stress from war and internal resettlement with the necessary psychological support and help in mastering the skills of self-knowledge, self-regulation, and improving the psycho-emotional well-being of families during wartime.

The target audience of the project: 1) NGOs activists who want and able to initiate large-scale social projects in Sumy city hromada, build sustainable networks that attract large groups of volunteers, as well as 2) another group of people who suffered as a result of military actions, mainly children under 18 years of age and women of all ages in need of psychosocial group counseling.

Інформаційний бюлетень був підготовлений в рамках проекту "Інституційна підтримка креативного Хабу "Суми", який реалізує громадська організація "Клуб ШАНС" (м.Суми) у 2023 році.

Ця підтримка є частиною зусиль, спрямованих на допомогу партнерським громадам України у розміщенні ВПО та піклуванні про цих людей, яка здійснюється в рамках проекту "Програма ЄС Міцні Регіони – Спеціальна програма підтримки України",

що співфінансується Європейським Союзом та Федеральним міністерством економічного співробітництва та розвитку Німеччини (BMZ) та реалізується GIZ Ukraine.

An Information bulletin was prepared within the framework of the project "Institutional support of the Creative Hub "Sumy", which will be implemented by the non-governmental organization "Club CHANCE" (Sumy) in 2023.

This assistance is part of the effort aimed at helping partner hromadas in hosting IDPs and providing them with respective services. It is carried out within the framework of the project "EU4ResilientRegions – Special Assistance Programme Ukraine", which is co-financed by the European Union together with the German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development (BMZ) and implemented by the Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

Зміст цього видання належить виключно до відповідальності громадської організації "Клуб ШАНС" і не обов'язково відображає погляди Європейського Союзу, Федерального міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини (BMZ) і Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

The content of this publication on this activity is, however, the sole responsibility of NGO "Club Chance" and do not necessarily reflect the views of the European Union, the German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development (BMZ) and the Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).



Віктор БОБИРЕНКО,
експерт з комунікаційних
стратегій, магістр
публічного управління та
адміністрування



Ольга РЕЗНИЧЕНКО,
заступник начальника
управління молоді та спорту
Сумської ОДА, тренер, магістр
публічного управління та
адміністрування

Вступ

3

"Соціальний капітал" –
теорія та передумови

4

Комунікації як основна складова
соціального капіталу

16

Як підвищити рівень
соціального капіталу в Україні?

30

Висновки

32

СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ТА СОЦІАЛЬНИЙ ЛОБІЗМ В УКРАЇНІ



секрети
мистецтва
домовлятися



І. Вступ

Привіт! Перед вами не методичка у науковому розумінні. Але і не детектив.

Це публіцистична спроба проговорити про модне і актуальне нині поняття – "соціальний капітал".

Що таке "соціальний капітал"? Чому потрібно про це говорити?

Чому ті середовища, громади і суспільства – у яких "соціальний капітал" вищий – загалом успішніші, ніж ті, у яких він нижчий?

Як вимірювати "соціальний капітал"? Яке "соціальний капітал" має відношення до бізнесу? До багатства?

На наше глибоке розуміння, "соціальний капітал", як і будь-який капітал, є ресурсом для отримання прибутку чи вигоди.

Як марксівське: гроші – товар – гроші.

Або як модне нині: гроші – виборчі технології – перемога на виборах – влада – гроші.

Ось приклад, як "соціальний капітал" переходить в прибуток.

Український пасічник повертається із заробітків у Новій Зеландії. І намагається застосувати передові технології тут.

І розповідає нам: – В Новій Зеландії ми з напарником, працюючи на господаря обслуговували 1500 вуликів (по 750 на кожного). Щоправда, нам уже здавали готові точки, де ми маємо поставити вулики. Ну і ми не займалися реалізацією меду. Це були не наші проблеми. Але ж!!! 1500 вуликів.

А в Україні пасічник зміг утримувати лише 150 вуликів.

Питаємо: – Чому?

Тому що не вірю людям і не можу залишити причеп з вуликами просто в лісосмузі. Бо завтра не буде ні причепу, ні вуликів. А ще існує змова скупників. І якщо кг меду в роздріб коштує 3\$, то скупники пропонують лише 1-1,2\$.

Висновок: якщо немає взаємної довіри і взаємної поваги, якщо люди готові дурити один одного – то усі разом виявляються біднішими, ніж у суспільствах, де є повага і довіра.

Оце і є яскравим прикладом "соціального капіталу".

Інший приклад. Революція Гідності. Майдан. Десятки тисяч людей з різних областей, професій, різного віку і соціального статусу приїхали до Києва.

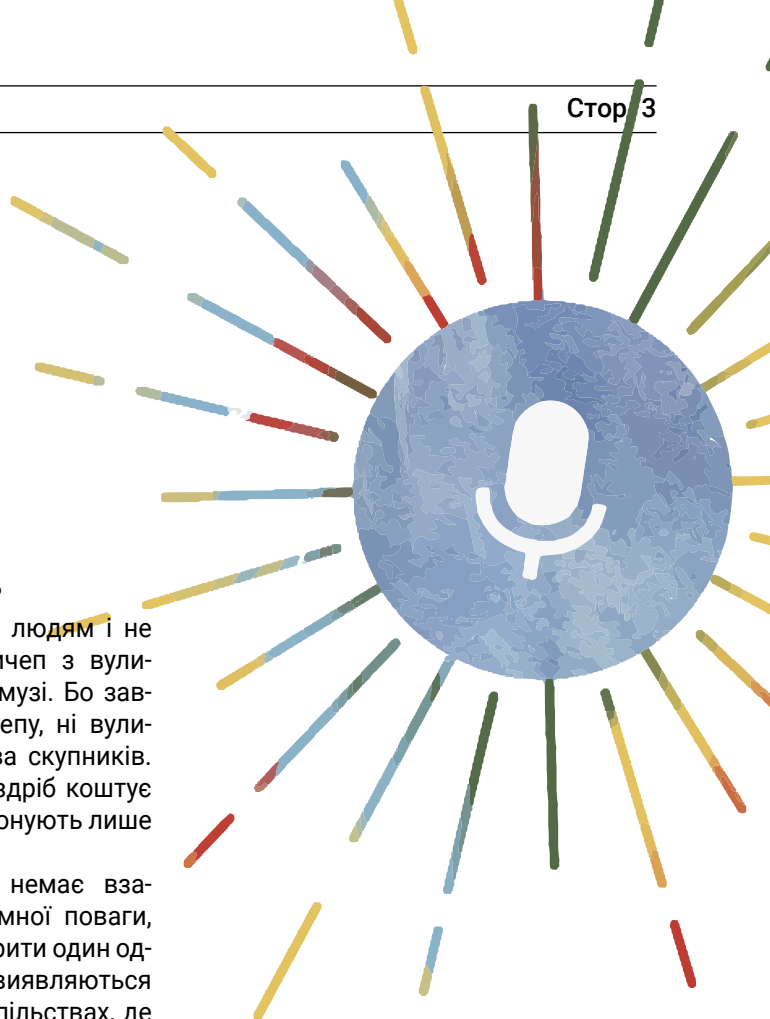
І самоорганізувалася. Хтось давав прихисток, хтось штовхався з беркутом, хтось годував, хтось лікував. І була САМОКООРДИНАЦІЯ. Горизонтальні зв'язки. Було неймовірне панування щирості, довіри і поваги. І гідності.

Влада була організована. Але у владі були вертикальні зв'язки: хтось віддавав накази, хтось командував, хтось виконував злочинні накази.

Переміг Майдан. "Соціальний капітал" переможців був вищий.

Зараз знову криза довіри між суспільством і владою. І "соціальний капітал" ущільнюється.

Ось про це і піде у нас мова. Чому "соціальний капітал" – це важливо!



2. Соціальний капітал – трішки "сухої теорії"

2.1. Визначення "соціального капіталу"

Перш ніж занурити вас у світ нових знань та розуміння що ж таке "Соціальний капітал" (хоча, насправді, ці знання для вас точно не стануть новими, просто з нашою допомогою ви подивитеся на них по іншому, відкриваючи нові змісти), хочемо пробудити вашу уяву, або, можливо, і спогади власного життя. А ми впевнені, що у кожного з вас знайдуться в арсеналі схожі історії.

Згадайте часи студентства. Як правило в кожному (більшості) ВНЗ для першокурсників влаштовується щось на кшталт "смотрин" творчих і не лише здібностей. На початку навчального року це можуть бути конкурси "Алло, ми шукаємо талан-

ти", "Золотий інтеграл" та ін. Власне, такі заходи ви можете пригадати і з шкільного життя, або з досвіду відпочинку у дитячих таборах.

Підготовка до такого концерту, зазвичай, виглядає так: збирається група "новачків", обговорюються ідеї "хто, що може/уміє", визначаються "номери", які група буде показувати і починається підготовка. Важливо те, що це не є підготовкою професійного виступу, відповідно немає професійного колективу, який би цей виступ супроводжував та ресурсно забезпечував. Все відбувається на домовленостях. Хтось готує власне "номер" (пісню, танок, мініатюру тощо), хтось відповідає за пошук музичного супроводу, хтось домовляється за місце для репетицій в аудиторіях, гуртожитку чи просто неба, хтось із підручних

матеріалів створює декорації, хтось зносить з дому підходящі реквізити та костюма, а хтось вчасно готує чай та бігає за печивом для перекусів.

Що в результаті? Яка мета цього всього?

Безумовно, очевидною і передбачуваною є пряма ціль – підготувати та показати виступ, представивши на загальному концерті свою групу (клас, загін). Але насправді результат таких дій значно глибший більший і потужніший.

По-перше, під час підготовки певна соціальна група не просто роззнайомила, але і продемонструвала кожен свій індивідуальний ресурс (я умію непогано співати, а я гарно читаю вірші, а я умію красиво намалювати плакат, а я знаю, де дешевше чай продають і можу збігати). Більш того, кожен в групі не просто прагнув показати на що він здатний, але і готовий був вкласти цей свій ресурс в загальну справу.

По-друге, участь у підготовці та виступі дозволила новачкам заре-



комендувати себе і перед адміністрацією факультету, ВНЗ (школи, табору тощо), і перед старшими (старшокурсниками, старшокласниками, просто старшими за віком), а це уже налагоджені зв'язки, підвищений рівень адаптації, впевненість в собі і так далі.

По-третє, залучення нових першокурсників до студентської спільноти, власне які і до загальної спільноти ВНЗ, а значить залучення нових талантів, інтелектуальних здібностей, навичок посилює цю спільноту. Ну зрештою, тут можна і називати особисті вигоди: хтось зустрів своє кохання, хтось знайшов нових друзів-однодумців по справі. А ще, як часто буває під час таких "тусовок", що передбачають фактично неформальне спілкування, народжуються нові спільні ідеї. Тобто, вкладаючи власні ресурси та потенціал, маючи та прагнучи до активної комунікації, через спільну дію народжується результат, що є вигідним усім учасникам та групі в цілому.

І що головне? Все це відбувається не під примусом, чи в межах

формалізованих процесів. Учасників спільноти об'єднало спільне бажання, а значить бачення ситуації. Не знаючи один одного добре, але розуміючи перспективи та будучи керованими власними емоціями, учасники групи покладалися один на одного і, водночас, мали відповідальність перед групою в цілому.

Таким чином відбулося нарощування соціального капіталу.

Ще один приклад. Можливо ви могли спостерігати таку тенденцію на власні очі? В багатьох громадах, навіть невеликих селах західної України цвинтарі відрізняються від тих, що знаходяться в північних, східних, центральних областях. Вони відкриті. Немає огорож, вільні проходи, немає великої кількості насаджених дерев. Пам'ятники на могилах переважно не високі, у вигляді плит. Але при цьому цвинтарі охайні, якщо доречним є це визначення, то вони навіть "багаті" за оформленням могил. Ви скажете, що це просто така традиція, місцева особливість. Так, але не лише це.

В цих же селах можна зустріти іншу традицію. Для них характерним наявність в кожному населеному пункті хоча б невеликого релігійного місця, якщо не церкви, то хоч маленької каплички. Але там заведено, що коли така капличка (або інший об'єкт загального користування) будується, кожна хата, домогосподарство по черзі готує для будівельників обід і частує їх. А уже коли храм, церква, капличка добудовується, майже кожне домогосподарство має за честь подарувати якийсь тематичний подарунок (ікона, свічник, рушник тощо). Мешканці майже всі, від малих дітей до старих людей, мають за правило відвідувати церкву як мінімум щонеділі. При цьому назвати їх релігійними фанатиками не можна. Звичайні люди, але які живуть дещо згуртованіше, і навіть матеріально краще ніж люди інших регіонів України (в середньому). І знову ми бачимо, що різних людей об'єднують спільні цінності, кожен вкладає якийсь власний ресурс (час, гроші, навички готування тощо) заради



спільної мети, в процесі відбуваються постійні комунікації та спільна дія, в результаті і громада, і мешканці отримують вигоду.

І ще один приклад. І такі моменти, впевнені, більшість із вас переживали. Згадайте студентський гуртожиток. Ви на першому курсі, заселяєтеся в кімнату з новими сусідами. Як правило ви незнайомі між собою. І іншого виходу окрім як домовлятися про співіснування у вас немає. Якщо вам вдається налагодити комунікацію ефективно всередині новоствореної мікро-групи, ви досягаєте вдалих домовленостей. Спершу ви з новим сусідом оцінюєте наявні ресурси, у тому числі, а можливо і в першу чергу, матеріальні. Хтось приїхав зі сковорідкою, а хтось з чайником, хтось привіз холодильник, а хтось мікрохвильовку. Далі ви встановлюєте спільні правила: як готуєте, як прибираєте, яке планування простору і так далі. Починається спільне життя. В процесі у вас виникають нові правила.

Наприклад ви дізналися, що Ваш сусід "шарить" в математиці.

Ви просите час від часу вам допомогти, тобто просите його вкласти власний ресурс. Натомість ви по життю душа компанії і, так би мовити, соціалізуєте вашого сусіда, знайомите з суспільством, хлопцями/дівчатами. Тобто також вкладаєте ваш ресурс. Мж вами встановлюється довіра.

Ви проявляєте спільну турботу, встановлюєте якісь лише вам відомі і важливі правила поведінки, і в такий спосіб забезпечуєте комфортне існування один одному. При цьому іншим мешканцям гуртожитку ці правила невідомі, а відтак – вони не можуть і не знають як користуватися вашими ресурсами.

Бо вони не є членами вашої мікро-групи, вашої соціальної мережі. Але для вас двох ваше вигідне і комфортне співіснування є вашим соціальним капіталом, і від того наскільки ви спільні по цінностям, зможете домовитися і готові ділитися залежатиме рівень цього капіталу.

Отже, наведені приклади реального життя показують, що соціальний капітал – це те з чим ми, будучи членами різних соціальних груп, так чи інакше маємо справу. Але сучасний світ відводить соціальному

капіталу важливу роль, як явищу, об'єкту дослідження та, відповідно, розвитку. Спробуємо розібратися, якими є теоретичні засади.

Насправді, явище чи феномен соціального капіталу (далі – СК), як певна визначена категорія, є доволі молодим. Уперше термін СК можна зустріти ще у 1920 році, коли вчений Дж. Ганіфан, висловлюючись щодо громадських центрів у сільських школах, визначив СК, як субстанції, важливі у щоденному житті людини.

Такими субстанціями він вважав солідарність і соціальні зв'язки між тими, хто утворює соціальні групи. Але більш широкого та активного розвитку це поняття, як соціальне, політичне, економічне СК набуває у 80-х роках ХХ століття. Сьогодні прийнято вважати, що поняття СК введено французьким соціологом та філософом П'єром Бурдьє у статті "Форми капіталу" (1983) для позначення соціальних зав'язків, які можуть виступати ресурсом отримання вигоди.

П. Бурдьє вважав, що особливість СК полягає у відносинах взаємності, тобто очікуванню обміну між суб'єктами соціальної групи, які підтримуються наявністю в цій групі правил та культури. СК є одним із різновидів капіталу, а його значення має важливий вплив для отримання та підтримки інших ресурсів.

Дж. Коулманом описує СК, як здатність агентів взаємодіяти між собою задля досягнення спільної мети як в групі, так в суспільстві в цілому, базуючись на поєднанні довіри, встановлених норм та санкцій. Ця взаємодія стає простішою і швидшою, коли між членами групи встановлюється певний соціальний контракт (тобто неформальні домовленості, яких дотримується кожен).

В багатьох визначеннях чи описах СК зустрічається поняття соціальних мереж. Провідні дослідники (Р. Берт, Н. Лін, Р. Патнем) говорять

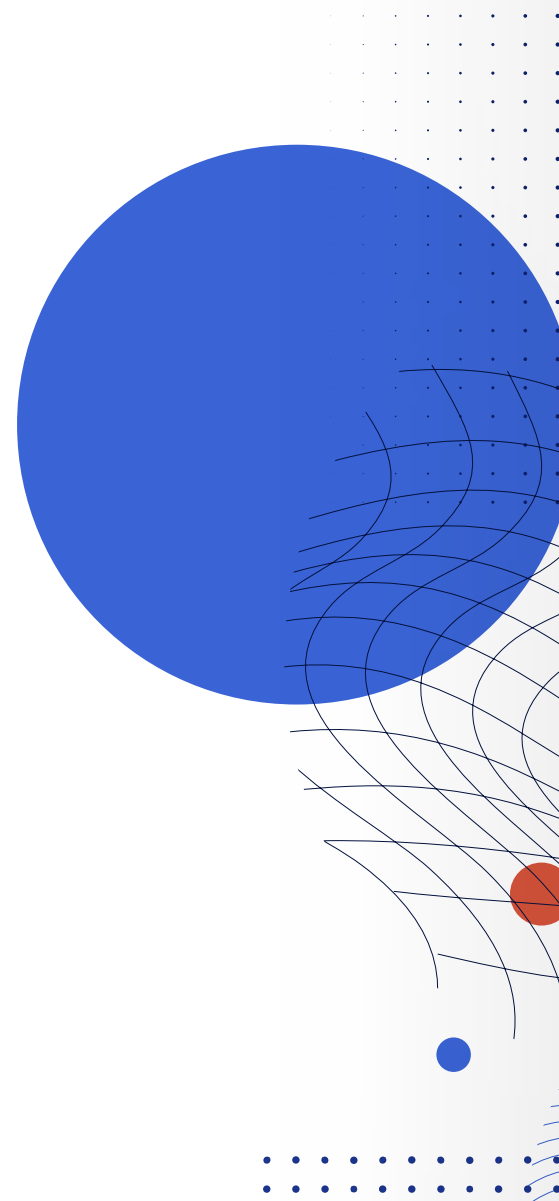
про неможливість аналізу СК без вивчення соціальних мереж, що представляють собою інструментом, власне, для нарощування СК.

Соціальні мережі можемо трактувати ще, як соціальні зв'язки, що поєднують індивідуальний та груповий СК. Саме активізація соціальних зав'язків дає змогу індивіду отримати доступ до ресурсів групи, а група, в свою чергу, отримує перевагу та вигоду.

Повертаючись до визначення поняття "Соціальний капітал", давайте, спершу, згадаємо, що таке, власне, капітал.

Отже, капітал – це ресурси, які використовують у виробництві товарів або при наданні послуг з метою отримання прибутку.

Відповідно соціальний капітал, як різновид капіталу, також має на меті отримання вигоди, але у якості ресурсу використовує соціальні зв'язки та взаємодію між членами соціальної групи, які привносять свої власні індивідуальні потенціали.



Нижче надаємо кілька визначень СК, що зустрічаються в роботах сучасних соціологів, політологів, філософів.

- ◆ Соціальний капітал – соціальні уявлення, архетипи й навички, які сприяють співпраці та самоорганізації індивідів у суспільстві.
- ◆ Соціальний капітал – забезпечену механізмами неформального соціального контролю відповідність індивідуальної поведінки колективним очікуванням, що може сприяти колектив. соціальним діям.
- ◆ Соціальний капітал – це додана вартість, яка допомагає рухатись в особистому житті та в бізнесі.
- ◆ Соціальний капітал – є продуктом суспільного виробництва і представляє мережу зав'язків, що стає засобом досягнення групової солідарності й отримання певної вигоди.
- ◆ Соціальний капітал можна визначити як певний набір неформальних цінностей чи норм, яких дотримуються члени групи, що дає їм змогу співпрацювати один з одним.

Таких визначень можна зустріти чимало. Але уже зараз стає зрозумілим, що говорячи про СК, ми розглядаємо певні закономірності соціальної взаємодії групи, які приносять вигоду як для групи, так і для кожного її члена та відбуваються в рамках встановлених певних, скоріше неформальних, правил.



Індикатором того, що СК підвищується можна вважати наявність колективної дії, що виникає, як результат згоди між учасниками тієї чи іншої спільноти.

Цікавою відмінністю СК від інших капіталів є те, що СК зростає, а не зменшується коли його використовують, і навпаки – вичерпується, якщо він не працює.

Оцінюючи СК з економічного погляду, можемо назвати його вигідним, оскільки базуючись на спільних для групи цінностях і маючи за ключову основу міцність зв'язків, СК зменшує витрати на формалізацію та координацію спільної діяльності групи, змінює бюрократичні

процедури на неформальні взаємини, що базуються на довірі, етичних стандартах спілкування та професіоналізмі.

Якщо простіше – вам не треба плодити багато нормативних документів, які регламентують відносини в групі, якщо між членами групи є довіра.

Більше довіри – менше юридичних заморочок і бюрократії.

Отже, ми постійно говоримо, що СК – це явище притаманне певній групі, середовищу. Це і логічно навіть виходячи з назви.

Але чи можемо ми стверджувати, що в будь якій сформованій формально чи неформально групі присутній СК?

Напевно можемо, адже оскільки є група людей, об'єднаних за якими-сь спільними рисами чи характеристиками, між ними виникають

так чи інакше зв'язки, що призводять до певного результату.

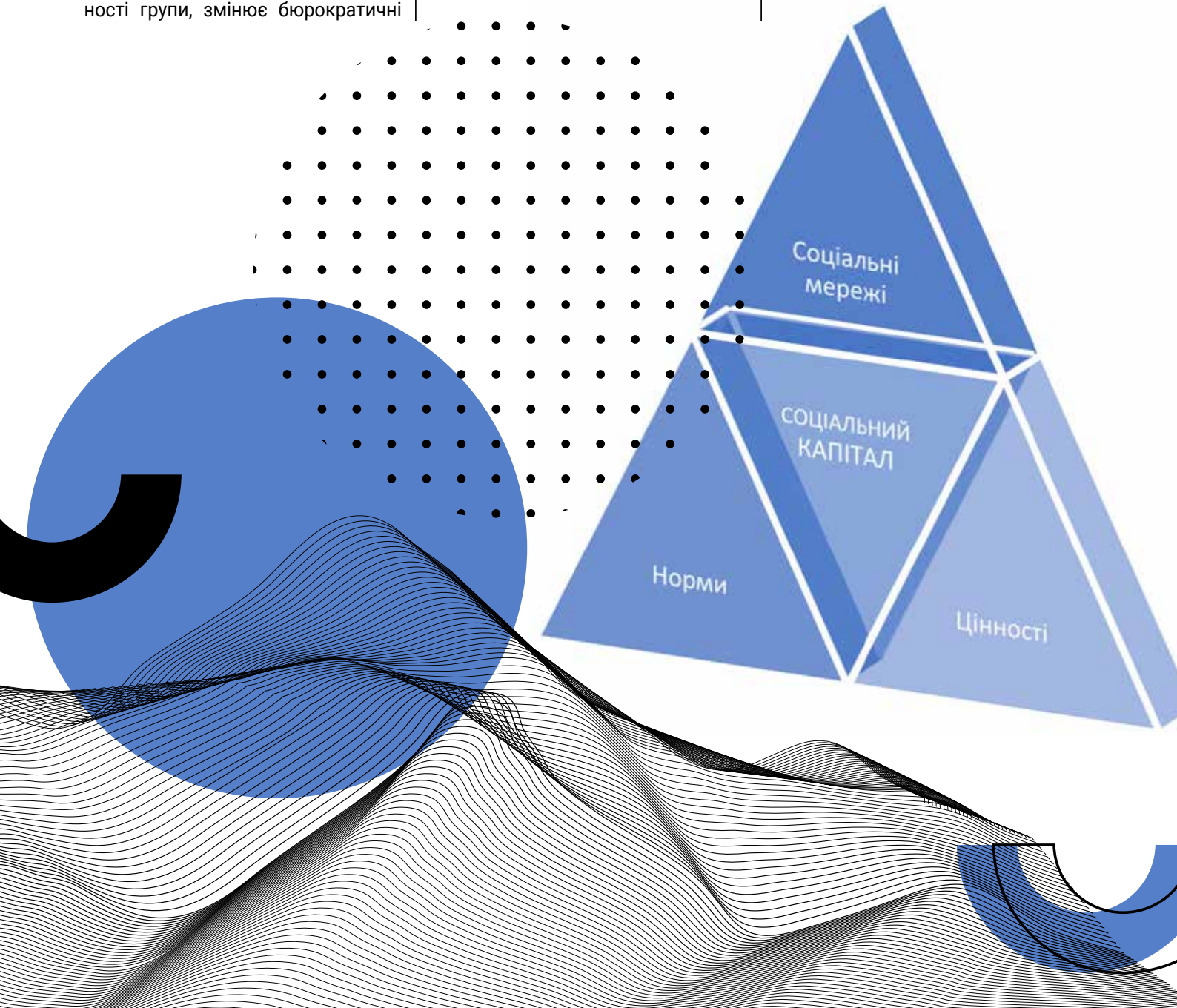
Тому говорити про наявність чи відсутність СК не зовсім коректно.

Адже, наприклад, в злочинних середовищах теж є зв'язки, ієрархія. Вона не встановлена жодними нормативами. Але діють так звані "поняття", які і регламентують відносини та ієрархію в середовищі.

Так і в кожній професійній, неформальній групі чи громаді. Наскільки високим є рівень цього СК? Чи несе він позитивний вплив? Якими є правила всередині цієї групи, щоб стверджувати про доданий СК?

Чи достатнім для нарощування СК є наявність та просування міжособистісних зв'язків без урахування особистих та професійних якостей кожного індивіда?

Давайте далі разом спробуємо розібратися з цими речами.



2.2. Ключові компоненти соціально-го капіталу

Чи можемо ми, наприклад, говорити, що функціонування будь якого колективу є прикладом, що продукує соціальний капітал? Адже колектив – це група людей, об'єднаних певною спільною метою (очікуваним результатом роботи), які комунікують та взаємодіють між собою та співіснують (працюють) за встановленими правилами.

Ви, напевно, скажете – ні. І матимете рацію. Уявіть собі промислове підприємство з конвеєрного виробництва деталей. Працівники мають чіткий регламент роботи, який встановлює чіткі часові рамки, графік роботи, правила внутрішнього розпорядку, штрафні санкції.

Працюють тут люди, як правило, які просто прийшли у пошуках роботи, а керівництву головним є результат – вироблення якісних деталей за певний період часу, тому головним критерієм підбору персоналу є здатність виконувати монотонну фізичну роботу за зразком. Чи продукується в таких умовах СК? Скоріше за все ні, а вірніше повільно і в дуже незначних обсягах.

Інший приклад. Дві родини переселенців, тікаючи від війни в більш безпечне місто, втратили фактично все, у т.ч. свої бізнеси.

Одна родина мала невелику кав'ярню. Інша займалася продажами в мережі інтернет. На новому місці все довелося починати з нуля. Але, об'єднавши зусилля, вирішили відкрити спільну справу – сімейна кондитерська з доставкою смаколів на замовлення.

Поступово справи пішли в гору, розширився штат, що переважно складався також з переселенців. Справа почала приносити прибуток, а головне – моральне задоволення. Кондитерська в результаті стала генеральним партнером місцевого конкурсу кондитерів-аматорів, а також відкрила курси для початківців з кондитерської справи. Вочевидь в цьому випадку факторів для нарощування та прояву СК більше.

В чому різниця, а вірніше якими є обов'язкові складові СК, присутність або збільшення рівня яких дають змогу СК нарощувати? Чи є ці складові такими, що можна вимі-

ряти та дати точну оцінку рівня розвитку СК в тій чи іншій соціальній групі?

Для кращого розуміння структури СК пропонуємо наступну схематичну ілюстрацію, що відображає та узагальнює більшість підходів до визначення СК.

Поговоримо про кожен складову окремо.

Соціальні зв'язки і мережі. Тут під соціальними мережами ми маємо на увазі не мережі в розумінні Facebook, Instagram чи ще щось. Маються на увазі усі соціальні горизонтальні зв'язки.

Фактично всі дослідники СК сходяться на думці, що соціальні мережі є основою, так би мовити підґрунтям виникнення СК. Це логічно.

Що таке соціальна мережа? По факту це якась утворена група людей або організацій, яка продукує різні зв'язки між її членами через соціальні взаємовідносини. Соціальна мережа – це група випадкових знайомих. Але і родина з тісними зв'язками.

Органічним є те, що в соціальній мережі ключовим інструментом для існування є комунікації, що і сприяють утворенню та налагодженню зав'язків.

В сучасному світі ми звикли називати соціальними мережами різні інтернет-платформи. Але ці платформи відображають структуру загального поняття "соціальна мережа".

Що вони собою представляють?

Онлайн простори дозволяють створювати власний аккаунт (при цьому у Вас є змога сформувати так персональний аккаунт, якби Ви хотіли позиціонувати себе і не завжди це відповідає дійсності), утворювати зв'язки з тими людьми, яких вважаєте важливими. Вашої уваги, часу, з якими Вас щось об'єднує, або в яких Вас щось приваблює, вести з цими людьми певні комунікації з метою отримання певного результату.

В реальному житті соціальна мережа є більш дієвою, оскільки в якості ресурсу використовує реальний потенціал реальних людей: знання, уміння, навички, емоції, інтелект, фізичне і ментальне здоров'я.

В будь-якому випадку соціальні мережі можна розглядати, як структурну одиницю СК, а комунікації в

цих мережах, як інструмент нарощування, або зменшення СК.

Якими можуть бути соціальні мережі? Насправді їх велика кількість. Озвучимо лише деякі із них та зацентруємо увагу на тих, що є важливими, на наш погляд, для розвитку країни.

Родина. Це класичний фундаментальний варіант соціальної мережі. Вона утворюється природним шляхом, більшість її членів стають частинами цієї мережі поза власним бажанням, природним шляхом. Ця мережа характерна одними з найстійкіших по рівню впливу цінностями та нормами, а зв'язки між її членами носять суб'єктивний характер, як правило. Для родини більш важливими є внутрішні комунікації, а прагнення до отримання вигоди скоріше має морально – етичну сторону, адже саме родина в першу чергу задовольняє потребу людини в любові, підтримці, увазі тощо.

Велика родина. Окремо можемо виділити так звану "велику родину". Це такі утворення, де родичами вважаються і двоюрідні, і троюрідні брати і сестри. Де у прабабки можуть зібратися десяток внуків та кілька десятків правнуків. Вони знають і підтримують один одного.

Клас школи. Це одна із первинних штучних мереж. Діти не обирають собі клас. Це роблять або обставини (географічний (населений пункт чи квартал у місті), або батьки за соціальним статусом (спеціалізовані чи платні школи). Це штучне середовище, яке формує дитину/підлітка поруч з родиною. Формує шаблонні уявлення, поведінкові, соціальні, гендерні стереотипи. Але дуже часто у класі йдуть суперечки і конфлікти за соціальні статуси. Ну, ми ж розуміємо, що у підлітковому віці має значення соціальний статус батьків, який впливає і на соціальний статус учнів. Це коли діти керівника/багача апіорі мають вище положення в підлітковій ієрархії, бо їх привозять до школи дорогими машинами, вони мають кращі гаджети та аксесуари.

Друзі. Так, спільноти друзів також є соціальними мережами. Як правило, вони утворюються, спираючись на спільні цінності. Зазвичай дружні зв'язки та комунікації проду-



кують певні домовленості та норми поведінки всередині спільноти.

Але маючи різні рівні особистих ресурсів не завжди такі соціальні мережі продукують позитивний СК, не завжди вигода від використання цих ресурсів є для кожного члена такої мережі, або не завжди однако-ва. Із друзів створюються конвіксії, або первинні середовища. Середовища формують і виховують самі себе. Замкнуті середовища часто стають сектами чи злочинними групами. На кшталт сумнозвісної "Бригади" (сумнозвісний російський серіал, популярний у 2000х в Україні), де гаслом "героїв" було : "Ми згряя — і весь світ проти нас"

Професійний колектив. На початку цього підрозділу ми розглядали два варіанти функціонування колективів. І один, і інший є прикладами утворених соціальних мереж. Але не кожна із них є однаково ефективною щодо нарощування СК.

Так, якщо професійні колективи функціонують та утворюються виключно базуючись на формальних правилах та нормах, не розглядають систему цінностей, як фактор ефективності колективу, а головною метою є вигода для установи чи організації без урахування вигоди для працівників, рівень СК в такому колективі буде низьким.

І навпаки, там де є місце окрім регламентованих правил, неформальним домовленостям, де члени групи об'єднані не лише спільною метою, але і цінностями, а розподіл функцій відбувається з урахуван-

ням особливостей та можливостей кожного її члена, такий колектив буде більш продуктивним, ефективним, а СК вагомим.

Громадські організації. Громадська організація, об'єднання, фонди на старті вигідно відрізняється від інших соціальних мереж тим, що уже має стартовий СК. Адже процес її створення уже є свідченням того, що певна група людей об'єднується, маючи спільну соціально значиму (а не лише, або взагалі не економічно вигідну) мету, а значить маючи спільні цінності, що виражаються у готовності діяти та вкладати власні особистісні ресурси у спільний інтерес.

Як правило в таких мережах доволі легко встановлюються домовленості щодо етично-моральних норм, а процес керування скоріше є неформальною координацією та не потребує великих людських та часових затрат.

Органи влади, політичні партії. Так, це теж приклади соціальних мереж. Для перших характерним є чітка регламентація норм існування та поведінки. Відповідно і комунікації в першу чергу будуються не так, як хочеться, а так як треба.

І тут крім важливих горизонтальних зв'язків і вертикальні. Навіть цінності в такій соціальній мережі є нав'язаними (хоча і вірними) (повага до держави, її суверенітету, свободи громадян, мови, законів, наприклад).

Але ж не є фактом того, що ці норми та цінності свідомо розділя-

ють ті, хто працює в органах влади. Тому питання рівня СК в органах влади залежить від рівня громадянської свідомості тих, хто їх представляє. Політичні ж партії об'єднують членів здавалося б спільними цінностями. Але в Україні більшість партій — партії вождистського типу, побудовані вертикально і "під вождя". Тому часто керуючим фактором тут є отримання персональної вигоди, а відтак СК в такій соціальній мережі є явищем, що постійно коливається.

Громади. Країна. Ці соціальні мережі, безумовно, є найскладнішими щодо організації та функціонування. Адже вони об'єднують в собі кілька різних, у тому числі ті, що ми називали вище. Проте питання нарощування в них СК є край актуальним і чи не найбільш рентабельним, адже високий рівень СК в громаді, чи країні автоматично свідчить про високий рівень СК кожного її члена. Про те, як сприяти нарощуванню СК у своїй громаді чи країні в цілому ми поговоримо далі.

Насправді, соціальних мереж велика кількість. Вони можуть бути сталими, можуть виникати ситуативно чи тимчасово. Кожен з нас є членом далеко не однієї соціальної мережі.

Наприклад людина може бути: членом родини і шанувати батьків, мати багато колишніх однокласників, колишніх однокласників, побратимів по підрозділу. А крім того друзів по хобі з байдаркового туризму, поетичного гуртка, сусідів по будинку, колег по роботі (і по всіх колишніх роботах).

Якщо ви живете, наприклад, в обласному центрі — ви учасник багатьох середовищ, в яких ви комунікуєте. У якихось ви — лідер, який веде за собою. А у якихось — ви навчаєтеся тримати весло чи писати вірші. І вас ведуть за собою.

Але виділитися з усіма своїми зв'язками і приростає зв'язками людей, з якими ви комунікуєте.

А це значить, що кожен із нас має змогу отримувати безцінний досвід на шляху зрощування власного та колективного СК.

Пропонуємо виконати невелике завдання для саморозуміння.

Спробуйте для себе перелічити відомі вам варіанти. До яких із них

Ви можете віднести себе? З якими, навпаки, ви не пов'язані і ніколи не станете їх членами і чому? А до яких Ви прагнете потрапити і що Вам в цьому заважає?

Норми. Що таке, власне, норма? Це певний шаблон поведінки з яким погоджується більшість членів спільноти і дотримуючись якої ця спільнота здійснює узгоджені дії.

Норма – це домовленості, визначені більшістю, інструкція що сприяє співіснуванню членів групи. Норми можуть існують формальні і офіційні.

Наприклад законодавчі норми.

Формальні норми можуть виглядати як регламент, розпорядок, контракт, угода.

Тобто певний офіційний затверджений документ, що є обов'язковим для виконання певною групою і за порушення якого є визначені санкції.

Але, відмінною рисою СК є те, що між членами соціальної мережі, окрім формальних, встановлюються і дотримуються неформальні норми.

Так би мовити певний кодекс честі. З одного боку ці норми нічим не зафіксовані, не задекларовані. Але з іншого вони виникають тоді, коли мережа досягає високого рівня взаєморозуміння, взаємоповаги і моральності.

І визначення таких норм є і проявом високого рівня емоційного інтелекту групи, і розумінням того, що їх дотримання значно полегшить співіснування та принесе вигоди і групі, і кожному її члену.

Приклад, який можна розібрати і над яким точно варто подумати.

Найкращим прикладом неписаного кодексу честі політика і водночас хрестоматійною рисою відмінності політики в Україні і в Західному світі є інститут репутації.

На Заході політик, який порушив неписані норми моралі – втрачає репутацію. Це може бути виявлена подружня зрада, виступ проти певних етнічних, релігійних, гендерних груп, або виявлена корупція – усі ці речі і прояви однозначно ведуть до відставки. І тому ми бачимо відставку професіоналів, які наче вчора ще впливали на політику в країнах і світі, а сьогодні вже йдуть з політики. Тобто ми бачимо – сліду-

вання навіть неписаним нормам чи стандартам. Зашкварився – йдеш.

Натомість, в Україні політики, про яких є багато доведених фактів корупції – можуть десятиліттями перебувати в політикумі. І тасується колода з одних і тих же.

І, начебто усі знають про ті чи інші "зашквари" політиків, люди все одно йдуть вибирати або "менше із зол", або "все одно інших немає". Тому що толерантність до корупції – своєрідна "норма" для суспільства. Поки суспільства толерує цю норму, доти наші справи йтимуть погано.

І хоча вибори 2019 року й показали прагнення суспільства до змін – вони показали цікавість до несистемних політиків. Це лише свідчення того, що в Україні немає довіри між суспільством та владою.

Люди ходять на вибори і вибирають тим, кому апіорі не довіряють. Це свідчення низького соціального капіталу в Україні.

Давайте розглянемо два історичних приклади.

1-й. Зона часів совку

У класичній зоні якби є дві категорії людей: ті, хто сидить і ті, хто охороняє.

Але жодна зі сторін не є однорідною. Охоронці неоднорідні. Є керівництво, офіцери, які проживають при зоні з сім'ями. Є вільнонаймані,

які обслуговують зону (прачки, пекарі, господарники та інші). Вони проживають тут же, як правило у невеликому поселенні біля зони. Є солдати, яких набрали через військкомати. І які є людьми безправними і живуть в казармах. Єдине, що їх відрізняє від зеків – те, що у них краща пайка. І те, що вони по цю сторону колючки. І що термін у них два роки служби.

Є цікавий опис життя дітей у такому поселенні.

Улюблена гра дітей шкільного віку: кілька дітей йдуть взявши руки назад, вдаючи із себе зеків. А кілька, з палками чи іграшковими автоматами – вдають із себе охоронців.

Причому син начальника табору – завжди серед тих, хто конвоює.

А діти простих вільнонайманих – завжди у ролі зеків.

Соціальний статус встановлюється з дитинства. Соціальні ролі – розписані наперед.

У зеків, які, здавалося б мають підтримувати один одного – є своя соціальна ієрархія.

І наче б то є свій "кодекс неписаних законів" так звані "поняття". І наче б то є "общак" – своя каса взаємодопомоги. Але зеки – не єдина спільнота.

Є привілейована каста – блатари. Де є пахан, його найближче оточення, урки рангом менше. Ці не працюють взагалі. Але у них є від-



повідний "кодекс честі", свій блатний сленг (часто малозрозумілий непосвяченим), своя блатна культура. І вони живуть "по поняттям" — неписаному своду правил поведінки.

Начебто є все, що і визначенні СК. Є норми і правила. Є цінності. Є соціальний зв'язок між індивідуумами. А де тут СК?

Є "придурки". Це або наближені до табірної начальства, або необхідні спеціалісти: (лікарі, пекарі, парикмахерки, інженери, артисти тощо). Ті, хто займають "блатні" посади, що дозволяє їм не ходити на загальні роботи (валити ліс чи працювати в шахті).

Є мужики, які "дають норму", сіра безлика маса.

І нарешті, є "опущені". Люди, яких низвели до рангу "недоторканих".

І ось ми бачимо мікро суспільство, яке живе спільно в одному просторі. Де усі знають усіх. І все про всіх.

І це мікро суспільство — де усі нещасні. Тому, що між цими мікрогрупами немає довіри. Тому що в самих мікрогрупах немає довіри між індивідами. У середовищі солдатів — є свої стукачі. Такі є і в середовищах вільнонайманих. І здавалося б у сірій масі — так званих "мужиках" — хтось стукає "куму", хтось доносить пахану.

Але. У цьому царстві несвободи бувають приклади єдності. На релігійній, етнічній основі. Чи коли зустрічаються люди з рівним рівнем освіти чи гідності. Створю-

ються мікрогрупи, у яких існує свій соціальний капітал. Що базується на взаємній довірі та повазі.

Як приклад можна навести ситуацію кінця 40-х років ХХ століття.

До ГУЛАГу, у табори почали масово звозити підпільників ОУН та бійців УПА. Які були об'єднані, трималися купи. І вони одразу дали відпір блатним. Різали стукачів. І виступали як окреме середовище зі своїми зв'язками. І з іншими середовищами взаємодіяли, як з чужими: іноді ворогуючи, іноді вступаючи в ситуативні союзи. І таборами покотилася серія повстань.

Отже, зона — це приклад того, коли в середовищах немає довіри — життя не просто має низький рівень. Життя — це жах. Різні цінності у різних середовищах.

І нав'язується одна спільна цінність: "Здохни ти сьогодні. А я завтра".

Коли не просто немає довіри. А і цінності є протиприродними.

Кейс зони є яскравим доказом того, як працює/не працює соціальний капітал.

Ще один наочний приклад. Україна часів Януковича.

В Україні фасадна демократія. Навіть усі атрибути демократичної країни наявні. Державна доктрина — шлях до європейської та атлантичної інтеграції.

Але країною править клан, сформований по регіонально-професійному принципу.

Географічно — ключові гравці — це вихідці з донецького регіону. Професійно — це злочинні бандитські групи та представники кар'єрних службовців, безпринципних правоохоронців та суддів.

Система замкнута на себе.

Більшість експертів з середини 2000-х відмічають:

У середовищі Партії регіонів фактично відсутні публічні скандали. Там не виносять сміття з хати.

На відміну від "помаранчевих". Де в інформаційних битвах знищують одне одного не лише прихильники Юлії та Віктора. А ще й у кожному таборі є свої "розборки".

Тобто маємо ситуацію, коли команда Януковича йшла до влади, у них була чітка мета.

На святкуваннях/корпоративах у "донецьких" перший тост піднімався: "За взяття Києва".

Не меншою цінністю були довіра всередині команди, ієрархія, взаємовиручка. Тих, хто "тирив з обцара" — викидали із середовища. Чесність зі своїми.

Наче б еталонна група, так?

Але ще однією спільною цінністю у цієї команди було:

"Без лоха и жизнь плоха".

Вони просто себе протиставляли всій іншій Україні.

І своїх виборців вони теж мали за лохів. Технологічно змушуючи їх голосувати за фактично злочинне угруповання.

До ситуації листопада 2013 року привела тотальна недовіра більшості суспільства до корумпованої і злочинної влади.

Навіть згуртована, інформаційно та технологічно згуртована група — не здатна протистояти суспільству, де з'являється велика кількість пасіонаріїв із розвиненими горизонтальними зв'язками.

Здавалося б, без неформальних норм можуть існувати, розвиватися і збагачуватися спільноти, базуючись лише на офіційно встановлених правилах. Але дотримання таких правил вимагає додаткових затрат: потрібно постійно моніторити та контролювати їх дотримання, якості та порушення з накладанням відповідних офіційних санкцій.

Ці процеси тягнуть за собою затрати часу, людей, а значить фінансів чи інших ресурсів, посилюють вплив бюрократичних механізмів.

А значить, з точки зору економіки, не є вигідними чи рентабельними.

На відміну від спільнот з розвиненим СК, що передбачають свідоме відповідальне дотримання членами групи ними ж встановлених неформальних домовленостей, що не потребують вище перерахованих затрат та зводяться до самоконтролю, взаємовідповідальності та чесності. Але чи завжди наявність та дотримання таких норм є ознакою розвиненого позитивного СК?

Один із дослідників СК, американський філософ, політичний економіст і публіцист японського походження Френсіс Фукуяма наводить цікавий приклад:

"Спільні цінності і норми самі по собі не продукують соціальний капітал, оскільки самі цінності можуть бути хибними. Наприклад, Південна Італія — регіон світу, що практично однотайно характеризується як позбавлений соціального капіталу і загальної довіри, хоча там існують сильні соціальні норми. Соціолог Дієго Гамбетта розповів наступну історію: бос (мафії), що відійшов від справ, згадував, що коли він був малим хлопцем, його мафіозний батько сказав йому вилізти на стіну і потім попросив його скочити вниз, обіцяючи, що він його піймає. Той спочатку відмовлявся, проте батько продовжував наполягати, допоки хлопчик таки не скочив — і гарненько не розпластався на землі. Мудрість, яку його батько намагався вкласти в голову, можна підсумувати такими словами: "Ти повинен навчитися не довіряти навіть своїм батькам".

Мафія характеризується надзвичайно сильним внутрішнім кодексом поведінки, *omertà*, а про окремих мафіозі говорять як про "чоловіків честі". Тим не менше, ці норми не застосовуються поза межами вузького кола членів мафії. Для решти сицилійського суспільства основні діючі норми можна описати так: "використовуй людей, що є поза межами твоєї безпосередньої родини, за кожної можливості, інакше вони використають тебе".

не поділили, і тоді кожна із сторін конфлікту починає перетягувати на свій бік інших.

Виникають домовленості, що стають нормами для ситуативно утвореної групи: "Не розмовляємо з ним/нею, не сідаємо разом, не кличемо з собою. Не даємо списувати, мовчим в його/її присутності" і так далі. Часто такі "ігри" могли заходити доволі далеко.

Дитяче середовище починало ділитися на групки, зв'язки в яких були доволі сильними, а нефор-

Але саме співпадіння цінностей є фактором об'єднання людей в першу чергу у неформальні групи, які можуть народжувати і формальні.

Проте, якщо говорити про феномен СК, зазначимо, що головною цінністю, що свідчить про високий рівень СК та тенденцію до його зростання, є така цінність, як довіра. Саме довіра, яка не має і не потребує юридичного підкріплення, є визначальним фактором для продукування СК.

Витрати в соціальному капіталі – це втрата довіри, знецінення цієї золотої акції, яку ми використовуємо в комунікації як соціальний капітал. Це втрата зв'язків і комунікації.

Водночас, саме довіра робить СК певним спадком. Згадайте, у Вас непевно були випадки, коли Вам легше було отримати якийсь ресурс, налагодити зв'язки завдяки тому, що той з ким Ви комунікуєте знав Ваших батьків, або Вашого керівника, або організацію, яку Ви представляєте. Знав з позитивної сторони та мав до нього/неї довіру.

Отже і до Вас через цю довіру (тобто через накопичений СК) проявляє більше емпатію.

В свою чергу довіра між членами соціальної мережі продукує і вимагає інші цінності та норми – повага, чесність, відповідальність. Тобто формується певне замкнене коло. Довіра між членами групи передбачає те, що кожен із них намагається її зберегти та посилити. Для цього зберігає чесність та порядність, несе персональну відповідальність та розуміє, що за порушення цих непроголошених норм нестиме покарання, а вірніше втратить своє місце в цій групі.

Довіра є унікальним ресурсом в тому плані, що її наявність автоматично робить рівень СК високим але її втрата фактично обнуляє цей рівень.

Чи є довіра тим індикатором СК, що можна виміряти? Насправді важко сказати однозначно.

До сих пір немає сформованої методики виміру СК, як і не можливо однозначно виміряти рівень довіри.

Це може бути міжособистісна довіра в групі, довіра до влади, довіра до неформальних організацій тощо. Оцінюючи рівень СК, варто брати до уваги і інші фактори, інші



І як показує приклад Ґамбетті, не можна покладатися навіть на сім'ю. Зрозуміло, що такі норми не сприяють соціальній співпраці, а їх негативні наслідки як для формування уряду, так і для економічного розвитку, були широко задокументовані. Південна Італія, одна з найбідніших частин Західної Європи, традиційно була джерелом масової корупції, що нівечить політичну систему країни".

Можемо навести ще один приклад. Згадайте підлітковий вік.

Що часто сприяло об'єднанню різних, здавалося б, за характером, поведінкою дітей в одну "банду"? Бажання або мета дружити проти когось одного. Як правило першочергово конфлікт виникав, коли двоє друзів чи однокласників щось

мальні норми настільки впливовими, що їх порушити було просто страшно.

Як наслідок – від дитячої забави це могло переростати у справжні конфлікти з рукоприкладством, приниженням, бойкотами тим, що зараз називають булінг.

В результаті це мало негативний вплив і на кожну дитину, і на колектив в цілому.

Фукуяма говорить, що самі по собі цінності та норми не продукують СК, адже вони можуть бути хибними. Для зростання та позитивного впливу СК норми повинні поєднуватися з цінностями взаємо зв'язку, чесності, дотримання зобов'язань, і зрештою – довіри.

Цінності. Звісно, система цінностей у кожного з нас є різною.

цінності. Наприклад членство в різних громадських організаціях, клубах, ініціативних групах, толерантності, волонтерство.

Проте саме виправдана довіра, як прояв соціальної свідомості і зрілості суспільства, відіграє ключову роль в нарощуванні СК.

Отже, наявність соціальної мережі в якій налагоджені комунікації, а взаємовідносини побудовані на високоморальних цінностях та непроголошених нормах, що є певним кодексом честі, є головними факторами продукування СК.

Питання для роздумів.

Чи доводилося Вам бути в членами соціальних мереж де діють неформальні норми? Якими ці норми є? В яких спільнотах вони Вам зустрічалися? Як Ви особисто вимірюєте рівень довіри: свій власний по відношенню до когось, навпаки когось до Вас, всередині групи?

2.3. Існуючі моделі соціального капіталу

Чим СК відрізняється, наприклад, від волонтерства? Адже волонтерство також будується на комунікаціях, зв'язках, довірі і доволі високих моральних нормах. І так, прояв волонтерства в соціальній групі є, в тому числі, свідченням високого рівня СК.

Але саме по собі воно не є СК. Чому?

Бо капітал є ресурсом для отримання прибутку. Волонтерство ж передбачає, скоріше, рух в один бік: пошук та перерозподіл ресурсу, про вигоди мова не йде. А СК це така взаємодія, яка має приносити вигоди для індивідів та групи.

Саме за тим, хто отримує вигоду, виділяють дві основні моделі чи рівні СК (звісно, поділ є умовним): мікрорівень та макрорівень.

Мікрорівень визначає СК, як якісну характеристику індивіда. Тобто не залежно від цінностей, норм, рівня довіри, що характеризують спільноту, рівень індивідуального СК може бути високим.

Макрорівень – це характеристика групи, громади чи всього суспільства. Необхідною умовою макрорівневого СК є наявність колективних спільних цінностей, до-

віри та норм. Відтак індивід через власну соціальну мережу отримує доступ до ресурсів, які є складовою цих зав'язків, бере участь у спільних діях і нарощує СК макрорівня.

Нині поширена класифікація теорій СК за критерієм індивідуального чи групового блага. Мікрорівневе розуміння передбачає, що індивід може робити інвестиції у власний СК. У цьому сенсі дослідники СК продовжують традицію, започатковану Г.-С. Беккером, який запровадив у науковий обіг термін "людський капітал", визначивши його як сукупність навичок, знань, умінь працівників, витрати на які з часом можуть приносити значний прибуток як самому працівникові, так і його працедавцеві.

Зв'язки між економічним розвитком суспільства і розміром сукупного (макрорівневого) СК опосередковані політичним устроєм, релігією, традиціями, домінуючими цінностями. Один із провідних дослідників СК Н. Лін, виходячи із економічних поглядів, вважає, що чітко розмежувати названі підходи дасть змогу відповідь на запитання стосовно того, хто отримує зиск – група чи індивід.

На індивідуальному рівні до отриманих вигоди від СК відносять рівень здоров'я, виховання і навчання дітей, можливості пошуку роботи, задоволеність життям, вивільнення часу; на організаційному (колективному) – зниження плинності кадрів, наступність персоналу, неформальні можливості підвищення кваліфікації, колективний приріст знання. На рівні суспільства – полегшення соціального контролю та передачі соціального досвіду, солідарність, здешевлення бюрократичного апарату.

Отже, мікрорівневий підхід до СК трактує його як сукупність реально та потенційно наявних ресурсів, які індивід використовує, послуговуючись своїм членством у соціальних мережах.

Той же Френсіс Фукуяма висуває ще й таку гіпотезу. Він припускає, що головним джерелом народження СК є сім'я. Адже і справді, саме в родині, як в соціальній мережі, як правило, наявна довіра між її членами, взаємопідтримка, допомога та постійний зв'язок, встановлюються

та з народження прививаються неформальні норми.

Але окрім індивідуальних особливостей кожної родини, варто зазначити, що родинні традиції, сила сімейних зав'язків відрізняється від суспільства до суспільства, від нації до нації, та навіть в межах однієї нації ці традиції можуть бути різними. Наприклад, у Китаї і Латинській Америці сім'ї сильні і взаємопов'язані, проте їм складно довіряти чужинцям, а рівень чесності і співпраці у громадському житті є значно нижчим. І як наслідок – поширена державна корупція.

Для нашого українського суспільства, на жаль, притаманна така характеристика, чи навіть традиція, як "кумівство", що з точки зору соціальної групи "родина" є вигідним (адже і спрямоване на те, щоб вигоду отримували саме члени родини), але з точки зору розбудови загальнодержавного СК точно має негативний вплив.

Отже, виходячи з розуміння та тлумачення та структури СК, можемо зробити такі проміжні висновки.

Структурною одиницею СК можемо вважати не просто соціальну групу, а групу де існують зв'язки, тобто соціальну мережу. Рівень розвитку СК залежить від того, наскільки ці зв'язки будуть ефективними. А це залежить від якості комунікацій. Фундаментальним для продукування позитивного СК є цінності, головною з яких є довіра. Соціальна мережа, будучи об'єднаною спільними цінностями та налагоджуючи ефективну комунікацію, автоматично встановлює неформальні норми, дотримання яких дозволяє зберігати та примножувати СК.

Далі ми пропонуємо розглядати тему СК в контексті розвитку громад та держави в цілому. І тут більшість експертів стверджують, що рівень СК вищий в тій громаді/державі, де більш розвинене громадянське суспільство, наскільки якісно побудований діалог між владою та громадськістю, та що є необхідним задля збільшення СК окремої громади та держави в цілому.

Наступний розділ нашої збірки присвячений одному із головних інструментів нарощування СК – комунікаціям.

3. Комунікації як основна складова соціального капіталу

3.1. Якими бувають комунікації? Що робить комунікацію ефективною?

Давайте почнемо з тези, що будь яка комунікація – це маніпуляція.

І маніпулюють усі усіма.

Хтось скаже, що це не так. Що маніпуляція – це погано. Бо маніпулятор хоче, щоб об'єкт маніпуляції вчинив так, як хочеться йому, маніпулятору.

І він вдається до якихось маніпулятивних технологій, щоб досягти поставленої мети.

Тому маніпуляція – це погано.

Але наша відповідь: маніпуляції – це просто те, що є.

Найкращі маніпулятори – діти. Вони плачем, підлабузництвом змушують батьків купити іграшку чи шоколадку.

Кращі за дітей маніпулятори – це внуки. Знайшов у бабусі кнопку – і нажимає.

Цю малечу хтось навчав технологіям маніпулювання?



Найкращі маніпулятори – ті кого ми любимо. І стаття тут немає значення. Той кого люблять – підсвідомо маніпулює об'єктом.

Тож чи бувають свідомі і сплановані маніпуляції? Так, і ми про це поговоримо.

Але для базового розуміння ми мусимо знати – усі люди маніпулюють.

Причому маніпуляції бувають і невербальними. Поза, жести, міміка, погляди. Коли дівчина готується до побачення, вона змінює зовнішність. Десь підкреслює косметикою, десь скриває одягом. І образ, який вам подобається – не зовсім відповідає реальності.

Щоб не бути звинуваченими у сексизмі, скажемо, що часто хлопці роблять так само. Вони творять образ.

А вербально ми часто любимо прихвастнути, створити про себе позитивні думки.

Деякі експерти стверджують, що життя людини – це погоня за соціальним статусом. І при цьому комунікація – основний інструмент у цій погоні.

Чому комунікації часто неефективні?

Тому що люди забувають основне правило комунікації, яке можна висловити припущенням, що "Карта – не територія".

Що мається на увазі? Уявіть. Що ви у шкільному кабінеті географії. Пере вами різні карти. На усіх – карти України. Але на одній карта ландшафтів. Інші: карта ґрунтів, корисних копалин, економічних зон, густоти населення, адміністративна карта.

Поруч – у кабінеті історії – теж карти України: у 17, 18, 19, 20 століттях.

Десятки карт України. І наче всі трошки схожі. Бо кругом правильно позначені обриси українського Криму, кор-

дони. Але водночас усі карти не схожі одна на одну.

Так і у людей. Усі ми живемо в Україні. Але у кожного свій погляд на Україну і себе в Україні.

Є світ – такий, яким він є. І є наші уявлення про світ. Наша карта світу.

І у своїх комунікаціях люди намагаються комунікувати з іншими людьми виходячи зі своїх уявлень про світ. Проте, що таке добро і зло. Що є правильним. І як робити не можна.

Є особисті уявлення. А є колективні уявлення.

Які формуються в першу чергу в родині. Потім у середовищах. З'являються спільні уявлення, шаблони і стереотипи.

Тож основне, що потрібно знати для ефективної комунікації: карта – не територія. Усі люди мають свій погляд на світ і себе у світі. Усі люди хочуть і вимагають поваги.

Щоб шанували їх статус.

Хоча треба поговорити про поняття статусу. Воно відносне. Колись у 90-х йшов серіал "Багаті теж плачуть". Із серіалу дійсно було зрозуміло, що боротьба за статус йде на вищих шаблях суспільства.

Але й у середовищі безхатченків є своя ієрархія і боротьба за статус.

Ми вже говорили про зону. Так там теж у кожній з описаних груп є свої статуси.

Повага до статусу, який уявляє/вимагає/заслуговує людина, з якою здійснюється комунікація – теж основа основ успішної, ефективної комунікації.

Ще одне рекомендоване правило в комунікаціях: є один шаблон – шаблонів не існує.

Шаблонна поведінка – осмислені дії, тобто дії, що здійснюються обдуманно. Наприклад на привітання "Привіт, як справи?" може слідувати шаблонна відповідь "Привіт, все добре, а як у тебе?". Шаблони спілкування можуть змінюватися залеж-



но від настрою чи співрозмовника, залишаючись при цьому одним із заздалегідь заготовлених варіантів. Креативність — протилежність шаблонної поведінки.

Стереотип — це усталений шаблон, як правило для порівняння з внутрішніми ідеалами людини.

Є професійні стереотипи. У лікарів поганий почерк. Письменники і артисти ведуть богемний образ життя, часто залежні від алкоголю і наркотиків, схильні до випадкових сексуальних зв'язків. Професори заморочливі. Студенти — ліниві. Працівники правоохоронних органів — не захищають, а роблять проблеми.

Є стереотипи етнічно-кулінарні: українці — салоїди, білоруси — бульбаші, німці — ковбасники, французи — полюбують жаб, італійці — макарони, румуни — мамалигу, японці — суші. А китайці їдять усе.

Це стандартний набір стереотипів. Хоча ми розуміємо, що не усі українці полюбують сало. І серед німців — багато веганів. Але шаблон править.

Ну і у спілкуванні з чиновниками: типовий шаблон, що усі вони хабарники.

Є етнічно-сексуальні стереотипи. Вважається, що французенки — найкращі коханки. Ну звичайно ж, гарячі південні чоловіки — завжди активніші.

Але є страшніші стереотипи. Які призводять до мови ворожнечі, етнічної чи расової нетолерантності чи навіть геноцидів.

Усе може починатися зі здавалося б невинних анекдотів, у яких висміюються сусіди. Як ось серія анекдотів про чукч в ССР. А закінчуватися погано.

Ми зараз на собі відчуваємо, що таке масовий психоз сусідів, які налаштовані нас вбивати лише за те, що ми існуємо.

І не хочемо визнати, що ми — не такі, як вони, а інші.

Як із сумом констатує один публіцист: росіяни і українці — і ті й ті воюють з нацистами, і за свободу.

А все колись починалося із шаблонів, які нав'язувалися через ЗМІ громадянам росії.

Про вищість "руського міра" перед іншими, які не сповіднують "правильні" цінності. Про "діди воювали", про "у росії немає кордонів", чи



"росіяни вели виключно визвольні війни".

Тож повторимось: у свідомості людини шаблонів не має бути. Тільки тоді можна налагодити ефективну комунікацію.

Знову ж, давайте задумаємось: кого ми обираємо в друзі?

Дуже часто доля нас закидає у випадкові середовища. Ось потрапили ви в клас, де є соціальна ієрархія. І до несхожих застосовують булінг. Де несхожих за стандарт переслідують.

Або ж просто — клас розбивається по групам інтересів. І підлітки розбиваються на мікрогрупи.

І до когось ви відчуваєте компліментарність — неусвідомлену симпатію. А насправді — ви звіряєте свої карти світу. Схожі звички і вподобання, улюблені книги і розваги. Чи просто ви тримаєтеся разом — щоб протистояти агресивному середовищу.

Так само і в академічній групі.

Здавалося б: усі студенти прийшли на одну й ту ж спеціальність, і значить зі старту мають багато спільного.

Але все одно, навіть у дружній групі є свої мікрогрупи: хтось із кимось дружить, а хтось із кимось — ні.

Дуже часто у нас схожі шаблони і стереотипи. Уявлення про світ і про добро і зло в ньому.

І часто у нас схожі принципи.

Принцип — це коли я спочатку про щось довго думав, прийняв

якусь ідею, як базову. А потім дію виключно по базовій ідеї.

Принципи можуть бути ідеологічними, життєвими і базовими.

Ідеологічні принципи об'єднують у великі групи.

Наприклад:

- ◆ "Україна — понад усе",
- ◆ "Свобода ціни не має",
- ◆ "Гідність вища за життя".

Життєві принципи. Їх теж не багато.

Наприклад:

- ◆ не сідати за кермо нетверезим,
- ◆ не переходити дорогу на червоному світлі, чи не по "зебрі",
- ◆ ніколи не бити дівчат,
- ◆ не зраджувати.

Ну і побутові принципи, як правило, нав'язані у родині: хтось може годувати домашню собаку зі своєї тарілки. А для когось це немислимо.

І ми шукаємо людей зі схожими принципами.

Особливо це характерно для громадських організацій.



3.2. Кумівство чи ефективна комунікація? У чому різниця?

Ми тільки не проговорили, що ефективні комунікації — засновані на довірі, повазі та відповідальності.

Здавалося б, якщо ви, будучи керівником, просуваєте по кар'єрних сходинках кума, одногрупника чи родича — то все нормально. Бо комунікація між вами дійсно заснована на довірі, повазі та відповідальності.

То кого ж брати до себе в управління керівником відділу, як не ста-

рого друга, з яким здружилися ще в студентському гуртожитку?

Але тут є одне але. Мудрі кажуть: не бери кума на роботу. Бери кумом найкращого на своїй роботі. І багато експертів у бізнесі якраз і застерігають від такого кроку: брати друзів у бізнес чи у бізнесову вертикаль.

Бо замість допомогти, коли у вас горить дедлайн, він може сказати: а давай краще на рибалку/по бутиках. А що ви йому зробите? Друг же ж.

Але і у державній владі, місцевому самоврядуванні чи представницькій владі — це неефективний метод.

Бо, звичайно, у вас із друзями є спільне середовище. Де у вас розвинений, працює і збільшується соціальний капітал.

Але справа в тому, що у вашій громаді — багато різних середовищ. З різними картами світу: індивідуальними і колективними. Із своїми шаблонами і принципами.

Ви спілкуєтеся не лише зі своїми, а й з іншими людьми.

Навіть якщо ви дієте виключно у власних інтересах для отримання прибутку корупційним шляхом — де гарантія, що вас не підставлять?

Ні, зі взаємною довірою у вас із другом все нормально. Саме тому ви його і взяли у кар'єрну подорож.



Але друг – не обов'язково професіонал, не обов'язково відповідальний. І не обов'язково чистий на руку. Ну чи просто неадекват. Згадайте, як закінчилася кар'єра Бориса Джонсона. На підставі з боку неадекватного "старого друга".

Врешті решт – маючи кругом себе лише своїх – ви можете скотитися в нарцисизм. Бо свої – купують вас у теплій ванні, нашіптують, що все добре.

І малоосмислений людьми факт. Усі знають, що нормативні документи завіряються підписом "головного".

На рівні держави це президент, чи міністр, на рівні міста – голова

територіальної громади, на рівні школи – директор.

Але нехай ва у страшному сні не присниться, що президент сам пальцями на ноутбуку випишує Укази.

Це роблять підлеглі. Саме підлеглі й нашіптують проекти рішень: кого куди призначити, з ким проводити тендер. І так далі.

І ще. Ми говоримо про спільні базові уявлення, принципи тощо у середовищах.

Але ми іноді забуваємо одне. Скупність усіх різних середовищ країни – якраз і творять ментальність.

Звичайно – ментальність лише узагальнення. Наше спільне етніч-

не уявлення про самих себе і світ. І якщо це шаблони – то вони неправдиві.

Але треба розуміти просту річ.

Ми одночасно учасники різних середовищ. В сім'ї, колективі, в середовищі колишніх одногрупників. І наша мама не завжди знає усіх. А ваш чоловік може не знати усіх подруг, з якими ви ходите разом на макіяж чи в баню.

Але у середовищах ми формуємося самі і формуємо наші спільні бачення на ті, чи інші проблеми.

Тому надзвичайно важливо комунікувати методом "усі з усіма" за принципом рівності та максималь-



ної толерантності до думок і різностей.

І водночас — намалювати те, що ви разом ні в якій мірі не толеруєте.

Наприклад корупцію чи насильство. Чи агресію сусідньої країни.

Таким чином ви обов'язково розширюєте простір для зростання СК. Спочатку на рівні громади. Потім на рівні Держави.

3.3. Секрети мистецтва "домовлятися" так, щоб це приносило спільну та індивідуальну вигоду.

Ми з вами розглядаємо явище СК в різних спільнотах. Але наголошували, що особливо важливим є його продукування та нарощування на рівні громад та держави в цілому. Адже саме це є тією спільнотою, де всі інші соціальні групи існують. Навчитися розуміти та вкладатися в СК своєї громади, а відтак — і країни, це завідомий шлях до успіху.

Ми часто із захопленням та певною заздрістю спостерігаємо чи обговорюємо країни, або навіть сусідні громади, чи населені пункти, де загальний рівень життя вищий. І коли починаємо аналізувати чому так, або що свідчить про кращий рівень життя, розуміємо і транслюємо такі тези:

- ◆ "там влада адекватна"
- ◆ "там мер нормальний"
- ◆ "там рівень довіри до влади високий"
- ◆ "там нормально розвинений громадський сектор"
- ◆ "там люди об'єднуються і до їх голосу дослухаються".

Чомусь на згадку прийшов один із популярних на початку 2000-х американський серіал "Бeverлі Хіллз". В ньому показують життя американських школярів, а потім студентів у 1993-1995 роках.

Вже тоді для США було давно засвоєною в суспільстві нормою активне та обов'язкове функціонування учнівського та студентського самоврядування, обов'язкова участь та врахування голосу учнів чи студентів під час прийняття рішень адміністрацією навчальних закладів, наявність професійних шкільних газет, якими займалися самі учні, учнівське радіо, неформальні молодіжні простори і так далі.

Вагомий вплив в суспільстві відіграють різні громадські утворення, Нормою, також, була можливість учням працювати влітку так, щоб заробити на власне авто.

При цьому батьки довіряли і наполягали на тому, що якщо ти чогось хочеш — сам досягни цього, але ми допоможемо.

Та якщо ти порушиш правила — чекай на покарання, і не важливо яким є твій соціальний статус, матеріальний рівень твоєї родини, родинні зв'язки.

Є правила — є відповідальність за їх дотримання. А ще характерним для цього суспільства є участь у різних волонтерських, благодійних, громадських проектах.

Все те, що у нас і зараз не є достатньо, або не скрізь розвиненим, в штатах є нормою життя уже давно. При цьому характерною відмінністю є те, що описаний спосіб життя американської молоді побудований на постійній взаємодії і комунікаціях за принципом рівний — рівному.

Зрозуміло, що СК в такому суспільстві має високий рівень.

Також, як уже ми говорили раніше, важливу роль в нарощуванні СК відіграє рівень розвитку громадянського суспільства, прийняття та взаємодія його з державним

сектором. Проявом успішності розвитку буде вважатися взаємодія між владою та громадськістю, однаково відповідальне дотримання формальних та неформальних норм.

Але, на розвиток суспільства, безумовно, накладається історичне минуле, попередній соціальний досвід (пам'ятаєте, ми говорили, що однією з властивостей СК є його спадковість), що, в свою чергу, народжує певні стереотипи.

І якраз тема комунікацій влади і громадськості часто зазнає впливу цих стереотипів, що на старті викривляє ці комунікації, а відтак і взаємострийняття одних іншими.

Можна довго говорити про успіх чи поразки співпраці влади та громадськості, наводячи безліч прикладів.

Маючи певний досвід і в одному, і в іншому секторах, ми виділили та пропонуємо вашій увазі певний перелік типових помилок в комунікації громадських активістів з органами влади та рецептів, як їх уникнути.

Особливу увагу ми хотіли би привернути у молоді, адже саме ця цільова аудиторія, на нашу думку, є найбільш перспективною, і, водночас, найбільш вразливою щодо побудови комунікацій з владою.

Сподіваємося наші практичні поради сприятимуть нарощуванню



СК в суспільстві в цілому, та посилять роль молоді в цьому процесі зокрема.

Отже, перед вами ТОП 12 "найкращих" помилок ГОшек (громадських організацій) і активістів під час роботи з державними установами... або лайфхаки для тих, хто планує цю співпрацю продовжити.

Ще раз наголошуємо, ефективній комунікації часто заважають стереотипи. Від класичного "всі білявки – тупі", до "всі державні службовці – хабарники" стереотипи створюють бар'єри і ще в зародковому стані руйнують можливості нормального спілкування.

Незнання елементарних законів та правил (часто – неформальних, так би мовити "непроголошених") заважають вирішувати багато важливих питань та задовольняти інтереси громадськості, в свою чергу народжуючи наступний стереотип – "влада нічого не вирішує, владі байдуже на людей" і т.д.

Якщо ж говорити, наприклад, про молодіжну громадськість та її співпрацю з органами влади, накладається ще одне хибне судження –

"молодь ніхто не чує, нас не сприймають всерйоз, молодь нікому не потрібна".

Щоб дещо зруйнувати стереотипи та допомогти молоді налагодити комунікацію із владою пропонуємо вашій увазі такий собі хіт-парад, або ТОП 12 кращих помилок громадських організацій та молодіжних активістів під час співпраці з органами влади та відповідні поради, або мовою молоді "лайфхаки" аби цих помилок було менше, а співпраця стала реальнішою, а головне – плідною. Хіт-парад почнемо з мінімальної помилочки, і завершимо найгрубішими, на наш погляд.

Помилка № 1

"Дезорієнтування"

Про що це: часто громадська організація (ГО), або молодіжний активіст (МА) не наважується реалізувати свою ідею або тому, що не знає з чого почати, або на старті вважає, що все це марно, що ніхто йому не допоможе.

Також, дезорієнтування полягає в хибній уяві ГО чи МА про цю співпрацю. Так, з боку ГО та МА підтримка їх ініціатив має виглядати так: я прийшов (ла) в державну





установу, попросив (ла) грошей на свою ідею, хтось в цій установі (умовно – керівник) відкрив чарівний сейф, дістав готівку і віддав мені, нічого не вимагаючи навзаєм.

Я щасливий взяв кошти і пішов втілювати свою ідею в життя. Ну або: я прийшов (ла) в державну установу, озвучив (ла) свою ідею, або проблему, працівники (керівник) цієї установи одним дзвінком вирішив проблему чи реалізував ідею.

Насправді ситуація виглядає дещо по-іншому, не будемо приховувати – навіть трішки важче, але тим не менше абсолютно реально.

Тому перші лайфхаки, що допоможуть подолати проблему дезорієнтування

Прийди і запитай! Не дивлячись на всю простоту, цей лайфхак є надзвичайно дієвим! По-перше, навіть при великому бажанні вести життя відлюдників, працівники державних установ просто зобов'язані приймати відвідувачів і реагувати на звернення громадян, чи то усне, чи то письмове, чи то шляхом особистого спілкування віч на віч.

По-друге, ви повинні чітко розуміти, що будь який напрям державної політики, зокрема молодіжна політика – це в першу чергу державна політика, а це значить, що незалежно ні від чого і ні від кого, цей напрямок

повинен реалізовуватися на всій території України, тобто в кожній громаді.

Аналогічним є лайфхак "Подзвони і запитай!". Не повірите, але телефонний дзвінок також є офіційним кроком в комунікаціях з органами влади! Ну звісно, якщо він стосується робочих питань.

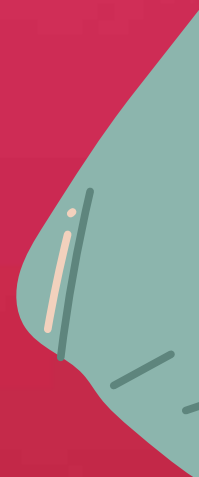
Більш того, інформація про контактні номери телефонів зобов'язана бути відкритою! А у 90% в нашому гаджетозалежному світі абсолютно безпроблемним є отримання приватного мобільного номеру того чи іншого фахівця!

Тому навіть для тих, хто соромиться, не може, чи не хоче прийти і поспілкуватися, існує метод отримання інформації. І навіть не один. Зрештою соціальні інтернет мережі – це теж сучасна можливість комунікації! Головне – не мовчіть!

І ще одна порада з цієї ж серії – "Почитай!". Так, так!

Мова тут про те, що у нас дуже часто "помирає" багато гарних ідей не встигнувши "народитися" через елементарний брак інформації! Але пам'ятаєте ж "не знання закону не звільняє від відповідальності!"

Зробіть елементарні кроки і поцікавтеся на сторінках інтернету інформацією про те, як отримати підтримку на Ваш захід чи проект, які саме нормативні



акти регламентують на державно-му/місцевому рівні Ваше питання. Наприклад, в молодіжній політиці існує такий чарівний документ – наказ Мінмолодьспорту № 808 "Про порядок реалізації молодіжних заходів..." (це його така умовно скорочена назва". В колі держслужбовців – молодіжників її називають "рожевою книжечкою" (бо перше видання цього наказу було саме в рожевій обкладинці). Так от, там написані вся "Можна" та "Не можна" щодо молодіжних проєктів та заходів.

Уявляєте, якими Ви будете підкованими, коли відразу почнете спілкуватися з чиновником його ж мовою? Це на старті підвищить мікрорівень СК.

Помилка № 2

"Професійна невдячність або неухага"

Безумовно є певна кількість чиновників (переважно з числа керівного складу), які люблять піари-

тися на всьому. Особливо гостро це відчувається в тих моментах, коли рівень та кількість допомоги від цього чиновника зворотно пропорційна кількості його фоток, згадувань, сюжетів з тієї чи іншої події.

Згадуючи про СК, це той випадок, коли влада користується спільним ресурсом, але не вкладає свій навзаєм.

Але в даному випадку мова не про таких і не про ті випадки.

Справа в тім, що без винятку усі державні установи рано чи пізно перевіряються і аналізуються на предмет доцільності та ефективності виділення та використання бюджетних коштів.

І добре, якщо ця перевірка відбувається у чітко вимірюваних галузях (ну наприклад в будівельній галузі можна чітко порахувати кількість та розміри побудованих об'єктів та використаних матеріалів).

А з молодіжною, чи соціальною роботою важче. Як виміряти ефек-

тивність чи потрібність молодіжного заходу чи проєкту?

Тому край важливим тут є доказова база. А такою і можуть стати Ваші "знаки уваги" та "слова вдячності". Яким чином це можна зробити:

- ◆ написати пост про подію, згадавши державну установу, яка Вас підтримала (якщо ще й дякую скажете – буде взагалі супер);
- ◆ додати коментар чи поставити "вподобайку" під постом чи публікацією установи в соціальних мережах;
- ◆ просто "тегніть" цю установу у вашому пості чи публікації фото/відео;
- ◆ вставте лого установи в зразки рекламної чи звітної продукції;
- ◆ напишіть офіційний лист вдячності за підтримку;
- ◆ просто скажіть "дякую" людям! (повірте, прислів'я "гарне слово і собаку лікує" придумане не просто так!);
- ◆ запросіть представника установи на відкриття/перебіг/закриття заходу;
- ◆ зрештою, напишіть ваші рекомендації чи претензії щодо покращення співпраці з установою в майбутньому!

Але не залишайте тих, хто намагається вам допомагати, без уваги. Це потрібно не заради їхнього піару, а в першу чергу, щоб джерела такої допомоги не вичерпувалися!

Помилка № 3

"Утром деньги – вечером стулья, вечером деньги – утром стулья! А можно наоборот?" або "Як працювати з ФОПами"

В цій помилці мова піде про підступні особливості бюджетного фінансування.

Доволі часто громадські діячі думають, що якщо їм виділили бюджетні кошти на реалізацію заходу чи проєкту, отримують вони ці кошти таким чином: зайдуть в установу, відкриють сейф, візьмуть пачку готівки і підуть її витратити.

Але насправді все набагато складніше, вірніше регламентованіше і обмеженіше. Але головний нюанс бюджетного фінансування полягає у тому, що в 90% випадків



надавачі товарів та послуг свої гроші отримують вже після того як ці товари чи послуги нададуть, тобто після заходу (іноді доволі задовго після).

Існує такий жарт серед бюджетників: "Спочатку ми дітей годуємо, а потім купуємо продукти!". Чи є це нормальним? Ні! Але поки що це залишається фактом. Тому коли Ви організовуєте Ваш захід чи проєкт, будьте чесними з тим, хто Вам надає якісь товари чи послуги. Відразу кажіть, що гроші будуть трішки пізніше. Якщо є можливість – залиште заставу, або зробіть те, що реально зробити – дайте гарантійний лист! Але не брешіть їм! Від цього Ви лише програєте!

Врешті решт СК – базується на довірі.

Помилка № 4

"Стій, бо луснеш мою бульбашку!", або порушення особистого простору.

Поширеною думкою серед громадських діячів є їх хибне уявлен-

ня про державних службовців. Чомусь їх сприймають як таких, що в будь який час дня і ночі не просто можуть, а просто зобов'язані відповідати, реагувати, працювати, коментувати, робити документи і таке інше.

Але! Не повірите, та державні службовці, навіть ті, які працюють з та для молоді, також живі, і часто звичайні прості люди! Що це значить? Що у них також є діти, батьки, сім'ї, друзі! Вони мають законне право не лише на обід, але й на нічний сон! Дивно, але у державних службовців бувають відпустки, вихідні, свята, лікарняні! Уявіть – у них навіть є городи десь в селах у батьків, і вони теж їздять саджати/копати картоплю!

І знову про жарти. Ви знаєте, що Львівське пиво "17.15" – це законне пиво державних службовців? Чому? Бо у них (у більшості) робочий день завершується саме о 17.15!

І вони мають законне право випити пива з друзями, і це не буде злочином чи соромом! Тому будь ласка, пам'ятайте, що Ваш дзвінок чи смс в пізній час, чи на вихідних частіше за все не залишиться поза увагою, але ставлення до Вас може змінитися в неприємну для Вас сторону.

Ну або якщо Ви не отримуєте миттєвої відповіді, це не є підставою вважати, "що ніхто нічого в цій країні не робить!".



Помилка № 5 **Неповний звіт, або страшний сон перфекціоніста**

Пам'ятаєте, в історії про помилку щодо професійної невдячності ми пояснювали чому, важливо не забувати про державні установи, які Вас підтримували за рахунок бюджетних коштів.

І головною причиною ми озвучували не їх прагнення до слави, а потребу у доказовій базі, в першу чергу перед контролюючими та перевіряючими органами. Так от з цієї точки зору ще важливішим і серйознішим є необхідність у звітуванні, якісному, повному, та вчасному!

Тобто, по-перше запам'ятайте – якщо Ви отримали на свій захід чи проєкт бюджетні кошти (а власне і не лише бюджетні) – Ви зобов'язані про них прозвітувати і надати докази того, що витратили їх за призначенням, свій проєкт реалізували саме так, як і обіцяли.

При цьому у кожного донора (а в даному випадку державна установа також є донором) є свої вимоги щодо звіту і свій перелік підтверджуючих документів, про які Вам гарантовано буде повідомлено ДО початку заходу чи проєкту.

Тому будьте уважними і навіть "дотошними" коли готуєте ці звіти, не забувайте докладати всі необхідні документи, а також: списки учасників, приклади поліграфічної продукції, фото/відео матеріали та інші речі і документи, які б свідчили про те, що Ваша ідея була реалізована не тільки у Вашій уяві.

Помилка № 6 **"Слон і моська", або синдром невиправданих амбіцій**

Ну ця помилка, скоріше, про морально-етичну сторону медалі, хоча і вона є важливою в професійній діяльності, а особливо у продукуванні СК. Справа в тім, що є певна когорта громадських діячів, які стовідсотково впевнені у своїй експертності.

І коли вони приходять попросити, чи уже отримати якусь допомогу від державної структури, вони завідомо впевнені, що там працюють м'яко кажучи дилетанти, які взагалі не розуміються на молодіжній політиці (в даному випадку), чи будь якій іншій сфері. Відповідно з таким переконанням ці діячі поведуться та спілкуються з державними служ-

бовцями, починаючи часто переходити на грубість та образи.

В іншому випадку взагалі не спілкуються, і вважають "що їм всі все винні" без зайвого нагадування. Ну або навпаки, намагаються спілкуватися дууууже багато, але зовсім не по суті, переконуючи в своїй компетенції, при цьому не в змозі надати відповіді на конкретні запитання.

Якою буде порада? Пам'ятайте, найефективнішим варіантом співпраці, особливо в контексті СК, є партнерство, а це передбачає як мінімум слухати, чути та поважати думки один одного.

Не списуйте з рахунків досвід тих, хто працює в державних органах, а якщо намагаєтеся переконувати в протилежному, аргументуйте свої думки, базуючись на знаннях і фактах, а не на уявленні і фантазіях!

Помилка № 7 **"Один за всіх, і всі за одного... "когда твой друг в беде, A la guerre comme a la guerre" ...або про "відсутність команди"**

Ну тут все просто і зрозуміло. В більшості міжнародних донорів наявність професійної команди проєкту є обов'язковою умовою виділення коштів. Фактично така ж ситуація і в роботі з бюджетним фінансуванням.



Та, власне, і СК будується в соціумі, хоча і залежить від вкладу кожного індивіда. Навряд чи Вам повірять, якщо Ви проситимете підтримати на Ваш глобальний проєкт (а саме таким вважають свої проєкти більшість громадських діячів), але при цьому не матимете команди, яка б виконувала різні завдання цього проєкту.

Або якщо, наприклад, Ви в рамках Вашої ідеї пропонуєте здійснювати якісь заходи, які здатні робити люди, які мають конкретну професію (наприклад Ви хочете проводити дитячий табір в якому має бути лікар), але при цьому Ви переконуєте, що самі зможете бути лікарем, бо знаєтеся на медицині і читаєте в мережі багато інформації про те, як "лікувати". Це саме той випадок, коли наявність стартового базового СК є однозначно Вашою великою перевагою.

Тому пам'ятайте – "гуртом і батька легше бити!". Взагалі іноді складається враження, що український фольклор є прототипом розвинутого громадянського суспільства.

Помилка № 8

"Позвони мне, позвони...!" або відсутність відповідальної комунікації"

Якщо в історії про помилку "Дезорієнтування" ми говорили про те, що якщо Ви хочете отримати підтримку, Ви МОЖЕТЕ прийти, зателефонувати, написати, прочитати.

То в даному випадку мова йде про те, що коли Ви уже отримали допомогу, Ви не можете, а ПОВИННІ бути на зв'язку з донором.

Тобто, якщо Ви підписали певні зобов'язання з установою, яка надає Вам допомогу (а у випадку формування СК це можуть бути неформальні домовленості, що вимагають вищого рівня відповідальності), то це є нормальним та необхідним, коли працівник цієї установи телефонує Вам для уточнення чи донесення якоїсь інформації, вимагання якихось даних, чи просто щоб поцікавитися, як просуваються справи з реалізацією проєкту.

Тому лайфхак буде таким: відповідайте на дзвінки, листи, повідомлення. Передзвонюйте, перепроверяйте пошту.

Не давайте неіснуючі контакти, або контакти людей, яких Ви забули попередити, що вони є керівниками чи учасниками проєкту.

Робіть собі нагадування, чи запишіть, щоб не забувати, але комунікуйте з Вашими партнерами!

Помилка № 9

"Хто такий "Дедлайн?"

Для досвідчених державних службовців, рівно як і для досвідчених громадських діячів, "дедлайн" є дуже важливим, і іноді страшним словом! Принцип "не відкладай на завтра те, що можна зробити сьогодні" часто в роботі громадських діячів діє навпаки: "не відкладай на завтра те, що можна зробити післязавтра".

Тому часто-густо ними пропускаються встановлені терміни. Але якщо ви пропустите термін подання проєкту на участь у якомусь конкурсів – це втрачена Ваша можливість, якщо Ви пропустите термін звітування перед донором – це втрачена до Вас довіра.

Будьте пунктуальними і слідкуйте за календарем!

Помилка № 10

"Діти лейтенанта Шмідта"

Пам'ятаєте твір одеситів Ільфа і Петрова "Золоте теля", в якому під іменем дітей лейтенанта Шмідта купка шахраїв видурювала гроші з місцевої кантори? Або як у творі тих же авторів "12 стільців" Кіса Вороб'янінов на кількох мовах просив милостиню?

Так от відразу лайфхак: якщо звертаєтеся за допомогою (тим паче фінансовою) до державної структури не намагайтеся цю структуру, або її працівників обдурити "на старті". Визначиться в якому напрямку працюєте Ви, або Ваша організація, і шукайте допомоги на розвиток саме цього напрямку.

Не варто переконувати, що Ви і спорт розвиваєте, і бездомним допомагаєте, і хрестиком вишиваєте, і тварин рятуєте, і дерева саджаєте.

Звісно Ви можете і маєте бути соціально активним і відповідальним. Але коли мова йде про відповідальне партнерство, тим паче з розпорядниками бюджетних коштів, не варто діяти за принципом (випадок із живо практики): "ви нам дайте грошей, а ми уже вирішимо що з ними робити".

Будь який донор дає ресурси на визначені пріоритети, для визначеного переліку організацій. Тому будьте уважними і не будьте самовпевненими.

Лише за "красиві очі" і уміння багато і впевнено говорити Вас навряд підтримають!



Помилка № 11 "Криша"!

Зараз наведемо приклади з життя і Ви зрозумієте, про що йдеться. Уявіть собі ситуацію: Ви, будучи керівником відділу молоді обласного управління молоді та спорту (тобто у Вас є як мінімум кілька керівників: начальник управління, заступник голови ОДА і зрештою голова ОДА), паралельно будучи мамою 8-річної дитини, в неділю набралися сміливості і поїхали з дитиною на прогулянку в ліс.

Раптом Вам телефонує незнайомий номер, Ви, пам'ятаючи про свою відповідальність навіть в неділю, відповідаєте і чуєте таке: "здрасьте, ми тут проводимо захід, нам зараз же потрібно колонки підключити на вулиці. Зробіть нам це". Ви, як вихована людина, нецензурну лексику залишаєте лише в своїй голові, а по факту культурно намагаєтеся з'ясувати хто це взагалі телефонує, який захід, і чому саме Ви повинні в неділю комусь десь підключати колонки.

І у відповідь Ви чуєте фразу: "так а мы написали в фейсбуке главе ОДА, он нам сказал что управление молодежи нам поможет, так помогайте!".

Зрозуміли наш натяк? Звісно наш час відкриває безліч можливостей і Ви сміливо з власного дивану можете писати найвищим керівникам держави та світу.

Але! По-перше, пам'ятайте, жоден керівник не стане робити самостійно поточну роботу (підготовку документів, підключення колонок тощо), для цього у нього є штат працівників, зазвичай просто спеціалістів.

Тому повірте, звернення за допомогою саме до цих людей частіше буде більш ефективним та позитивним.

По-друге, керівники бувають різними. Один просто проігнорує якісь дивні, часто безглузді прохання, інший наддасть компетентну відповідь або переадресує до безпосередніх виконавців, а третій не лише переадресує, а може особисто проконтролювати виконання і суворо покарати за те, що вам "спеціалісти (які насправді отримують доволі мізерні зарплати) не підключили колонки у неділю".

Як Ви вважаєте, яким буде ставлення до Вас тих спеціалістів? А земля, як відомо, має форму кулі!).

Не варто "з ноги" відчиняти двері державних установ і сміливо заявляти "Ану, зробіть мені те або інше, я з Вашим шефом домовився".

На будь які домовленості в цивілізованому демократичному світі існує чинне законодавство, за межі якого навряд чи переступить спеціаліст і його керівник.

Тому, будь ласка, не переконуйте себе, що якщо Ви в фейсбуці чи Інстаграм підписані на сторінку Анджеліни Джолі, Ви автоматично є Бредом Пітом (усі порівняння та приклади випадкові).

Або якщо Ви сьогодні лайкнули фото, на якому зображений, наприклад, міністр молоді та спорту України, то завтра Ваш проєкт переможе в місцевому конкурсі проєктів. Не вмикайте режим "криші" і будьте гідними звання "громадський діяч!"

Помилка № 12

"Сам себе не похвалиш", або "Хвалять, мамо, люди нас, ви мене, а я вас", або "вільні вуха"

І знову на допомогу прийшов український фольклор. Отже, замикає наш хіт-парад помилка, яка є продовженням попередньої, та певним чином узагальнює всі інші.

Знову пояснимо на прикладі.

Уявіть, Ви керівник державної установи (ну або спеціаліст, але частіше за все цієї помилки припускаються саме з керівниками).

В неділю (навіть не в суботу, бо чомусь часто громадські активісти вважають, що у чиновників суботи робочі) Ви вийшли прогулятися в парк з родиною, з дітками.

І тут раптом до Вас підлітає (якщо не сказати, що з кущів вибігає) хтось, як пізніше стане зрозумілим – громадський активіст. І добре, якщо Ви хоч більш менш знаєте цю людину, часто буває, що для Вас це абсолютно стороння персона.

І цей хтось без розбору починає Вам розповідати про якусь свою проблему, але починаючи з часів створення світу і ери динозаврів. При цьому він/вона не запитує, чи є у Вас час послухати, чи Ви, можливо, поспішаєте зараз, чи можливо взагалі уже не працюєте в певній сфері. Таким людям це не важливо.

Головне "упасти на вухо" і розповідати про свою значимість,

або нещасну свою долю, або про геніальну ідею, а іноді просто про себе найкращого, ну щоб ще раз нагадати Вам і світу. Або така ситуація може трапитися, коли Ви, як керівник, поспішаєте на нараду чи важливу зустріч.

Особливо цікаво, коли Вас починають "грузити" темами (проблемами, питаннями, ідеями), які взагалі не входять до Вашої компетенції. І от що Вам робити в такому випадку?

Якщо скажете людині, що у Вас вихідний і Ви не будете зараз обговорювати це питання, або що Ви поспішаєте на нараду і саме зараз не можете приділити час, або що це не Ваша тема, Ви автоматично підкріпите стереотип про те, що всі чиновники погані, що "за що їм тільки гроші платять", що всіх їх "понабірали по оголошенню", або "за свиню".

Більш того, такі громадські діячі тут же розтривзвонять про цей "вопіючий випадок" в фейсбуках і інстаграмах.

Тому лайфхак для Вас, шановні громадські діячі: залишайтеся професійно вихованими. Якщо не поважаєте конкретного чиновника, поважайте хоча б закон, який визначає формати і час для спілкування (а як стає зрозумілим з попередніх наших порад – таких офіційних можливостей зараз безліч).

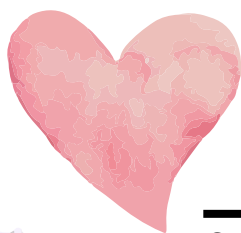
Навіть якщо Ви дууууже поважаєте керівника якоїсь установи і в такий нав'язливий спосіб хочете продемонструвати свою прихильність, пам'ятайте, що у нього також має бути час для відпочинку, щоб бути більш ефективним для вас же.

Якщо ж вже Вам дуже хочеться підійти і щось сказати такому керівнику, чи державному службовцю, здивуйте його і просто підійдіть, привітайтеся і побажайте гарного дня (а якщо це ще й жінка – зробіть комплімент). Як сказала геніальна Ліна Костенко: "Люди, будьте взаємно красивими".

Знову ж таки, спираючись на власний досвід (який ми набували, наступаючи на граблі, у тому числі) ми спонукаємо вас прагнути до високого рівня СК в нашому суспільстві, нашій державі, яка, безумовно, на це заслуговує. Тому радимо скористатися такими простими, але дієвими лайфхаками.

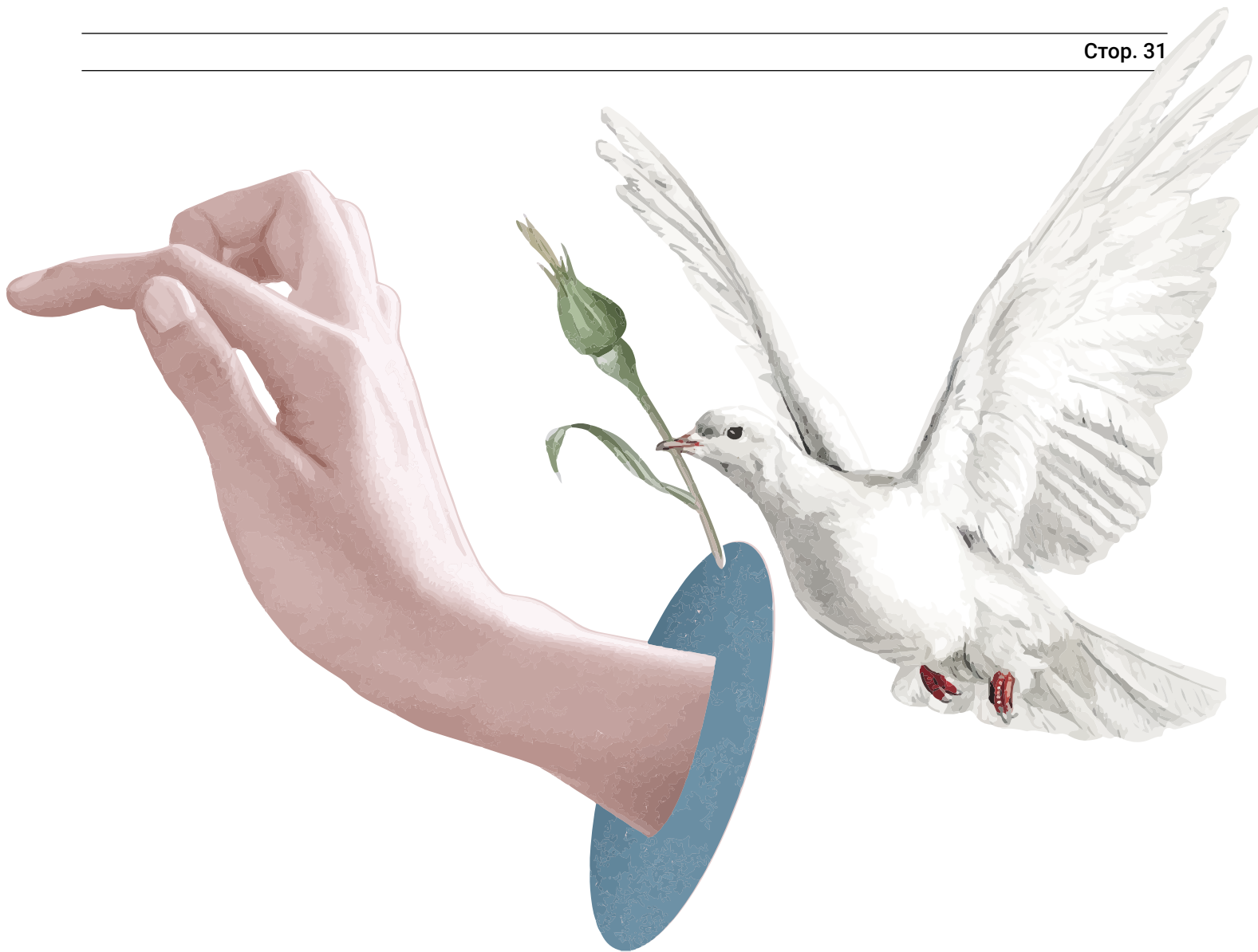


4. Соціальний капітал в Україні. Як підвищити рівень соціального капіталу в Україні?



Соціальний капітал в Україні на низькому рівні. Традиційно це тому, що в державі протягом Незалежності сформувався розрив у довірі між окремими громадянами та суспільством. Між суспільством і державними чи громадськими інституціями.





Це сталося з багатьох причин.

1. Ми мали великий бездержавний період. І тому здавна наші предки не довіряли польським воєводам чи російським губернаторам. Українське село жило звичаєвим правом. Яке без виписаних законів регламентувало все. З подивом колись прочитав, що у селі навіть регламентувалося, хто буде хрестити дитину покрити.

Принесла незаміжня дівчина в подолі. То що ж, дитині нехрещеній бути? І громада знала, що буде хрестити старший брат матері. Якщо немає старшого, то молодший. Немає жодного – тоді старший двоюрідний. І так далі. І тепер виходить парадоксальна ситуація. Цей генетичний досвід дозволяє нам швидко домовитись і вийти на Січ чи на Майдан. І там ми швидко даємо собі ладу.

Але державним органам не довіряємо категорично. Бо генетично держава – щось чуже.

Цей ментальний парадокс і є нашою спільною травмою.

А ментальність за день не зміниш. Тут хоча б покоління.

Хоча слід зазначити, що у 2019 році суспільство вибрало несистемного політика. Тобто бажання повірити у порядного керівника – це запит.

Інша справа, що порядність нам можуть продати, як виборчу технологію. І знову на роки загнати націю у тотальну недовіру.

2. Рівень недовіри до більшості інституцій зашкалює.

Причому ми маємо виборчий парадокс. Тільки не пройшли вибори до Верховної ради, а вже за пів-року рік рівень довіри до неї – мінімальний. То питаємось: навіщо ж ви тоді голосували за політиків, яким вже зараз недовіряєте?

Проте, рівень довіри до мерів вищий, ніж до більшості державних інституцій. Це ще одне свідчення:

на рівні села/міста СК діє. На рівні держави – буксує.

Після 2014 року зріс рівень довіри суспільства до ЗСУ. Нарешті в Україні з'явився конкретний націєутворюючий інститут. Це також стоїть волонтерства.

Але стримуючим фактором є недовіра громадян до більшості інститутів громадянського суспільства. Шаблони про "соросят" досі грають.

В суспільстві не розвинутий інститут експертів. А все тому, що у підконтрольних владі ЗМІ (це не лише про нинішню ситуацію, а й в історичному ракурсі) глядачам часто підсовують псевдо експертів. Таким чином маніпулятивно спотворюючи карту подій. Нам підсовують карту світу – вигідну владі, що править на даний момент часу. Або олігархам, як контролюють ЗМІ.

Тому СК в Україні існує на рівні середовищ. На рівні громад він вищий, ніж на рівні держави.

Висновки

Безумовно СК – це комплекс ресурсів, які дозволяють усім ставати заможнішими. Чим вища довіра всередині суспільства – тим заможніша країна. Маємо парадокс.

Багатші у світі протестантські нації, де високий рівень індивідуалізму. Але закриті у сім'ях люди, де "мій дім – моя фортеця", за рахунок довіри між індивідуумами, довіри до ЗМІ і експертних середовищ, довіри до державних інституцій та місцевих муніципалітетів, верховенство права – роблять західні суспільства з високим рівнем СК – надзвичайно багатими. З гарантіями безпеки для всіх і толерантністю до усіх груп населення.

І натомість – нетолерантністю до насильства і корупції.

А ось суспільства із сильними родинними зв'язками, але з недовірою до інституцій – як правило СК недобирають. І тому, прогнозовано бідніші.

Україна – країна, яка досі стоїть на роздоріжжі.

І у такій фазі етногенезу, коли суспільство надламане між новим і "совком" – Україна знаходиться у стані війни.

Але це і проблема, і виклик, і можливість.

Головний виклик – це намагання деяких представників влади у цей складний час, коли нація воює за європейські цінності – діяти не європейськими методами. Так ми ризикуємо досягти перемоги вийти з війни чимось на кшталт білорусі.

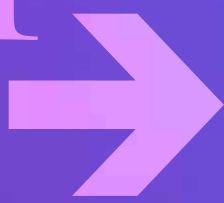
Але у нас є шанс стати міцнішими, збільшивши СК нації через розвиток громад.

Раз у нас на місцевому рівні виходить краще – від цього треба і танцювати.

Головне – не помилятись на виборах.



post scriptum



Віктор Бобиренко

УКРАЇНА – ЦЕ...

Говорю студентам:
– Карта – не територія.
Світ є сам по собі. А ваше
уявлення про світ – це лише
карта світу.

Це як в кабінеті географії:
є адміністративна карта

України, фізична, ландшафтів,
грунтів, економічна. Штук
15ть різних. Кругом Україна.
Але на кожній карті – інша.

У кожній людини – своя
Україна.



У когось з ОПІ — це просто місце, де можна заробити. У когось — поцарствувати і нацарювати.

Для путіна Україна це юго-захадний федеральний округ.

Для цивілізованого світу — це місце, де цивілізацію боронять від орди.

Україна — у кожного своя.

Але націю творить спільне бачення.



Тому чим більше тих, у кого його карта схожа на мою — тим швидшою буде перемога.

Що ж для мене Україна?

Україна це... Коли ти усвідомлюєш, що більшість твого народу наївні як підлітки. Ведуться на різну попсню, популізм. Сміються з дешевих жартів, від яких тебе коробить. Але ти знаєш: іншого народу в тебе нема. Пробуй змінити хоча б молодь.

Україна це... Коли ти розумієш, що те, що навибирають наївні — доведеться розгрібати потім на Майдані чи на війні. І живи з цим. Готуй і своїх дітей розгрібати.

Україна це... Коли ти старший на барикаді біля будинку профспілок. І барикаду зносять беркути. І ти думаєш чомусь:

— ну от, завтра скажуть що знесли барикаду. А хто на ній був старшим? Так Бобиренко ж. А, ну тоді ясно...

І тут крик:

— Могилянка біжить на підмогу, Могилянка — виявляється студенти Могилянки дізналися про штурм, метро було закрите і вони бігли кілька годин з Лівого берега на підмогу.

І вривається свіже підкріплення і держаками від лопат б'ють беркутів. І хтось дуже різкий за мою спиною колотить. Повертаюся глянути хто це. А це мій син!!! Найстарший син! Тільки 18 стукнуло. І вистояли. І думаєш:

— гідність передається генетично, чи вихованням?

Україна це... Коли наймолоший, Богдан, говорить зі мною в перші дні великої війни з еміграції (встигли в перший день вискочити):

— татусь, а скільки ти йосіянців сьогодні впив?

— жодного синочку

— а сьось ти там йобись?

Україна це... Коли ти знаєш, що найулюбленіше у твоїй сім'ї — це подорожувати разом. І кругом цікаво: в Харківському зоопарку, біля Львівської ратуші, у Затоці і в

Одесі. Коли бачиш, як радісно твоїм молодим дітям на Джарилгачі. Як Вовік у Кирилівці вчиться на міліні плавати, як їх вражає велич Дніпра.

Україна це... Коли ти мрієш, що поїдеш з дітьми в Крим і здерешся з ними на Демерджі, чи спустишся в Кирил-Коба. І поїси в Бахчисарай справжнього шурпо у старого кримли.

Україна це... щастя, яке розпирає груди, коли ти зі своїми студентами піднявся на Говерлу. Ти в 10й раз — вони вперше, але ти у захваті від їх захвату.

Україна це... Коли ти сплавляєшся байдарками зі студентами Сеймом. І запах річки, літа, піщаних пляжів і куців у протоках зашептують тебе...

Україна це... Коли навесні бузковий запах жалить кропиву. А сади висипають білим цвітом. А восени човгати по жовтому листю і вбирати в себе запах лісу. А як воно — просто будь де їхати по країні милій і просто вражатися від краси, якої ніде більше нема...

Україна це... Коли поїхав на стажування у Вашингтон на два місяці. Але вже через місяць хочеш додому. А коли вїзджаєш в Україну — серце калатає так само, як коли вперше цілувався.

Україна це... коли ти плачеш, бачачи скільки прапорів на цвинтарях і усвідомлюєш, що це ще не все. Коли сам не кровожерливий, але підпишешся під кожним прокльоном нелюдам.

Україна — це... Гідність. Армія. Мова. Віра.

Віра у неминучість перемоги. Вистражданої.

Україна це... Півтори тисячі років існування. І багато було зайд. І де вони?

Місія України — нищити імперії. Залишилась одна.

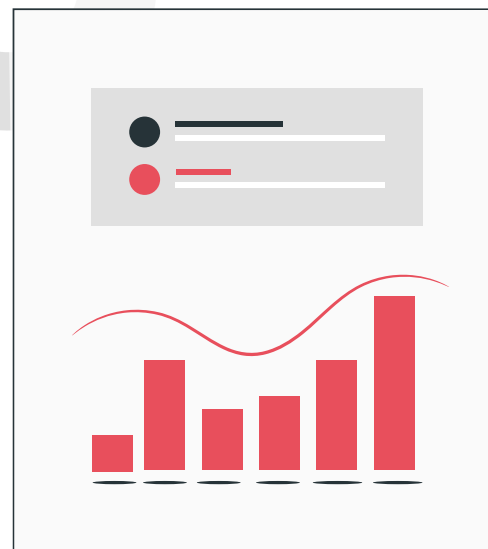
З Днем Незалежності, незламні!

Слава Україні!

Ольга РЕЗНІЧЕНКО

ВИКОРИСТАННЯ МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНОГО ЗАМОВЛЕННЯ У МОЛОДІЖНІЙ ПОЛІТИЦІ

У січні 2019 року було прийнято один з ключових законів у галузі соціального захисту населення – Закон України "Про соціальні послуги", яким визначено основні принципи, напрямки, категорії отримувачів, види та механізми соціальних послуг.



Але варто зазначити, що в першу чергу, коли мова йде про організацію надання соціальних послуг, визначення категорії їх отримувачів, їх потреб, зазвичай прийнято стереотипно вважати, що мова йде лише про такі категорії, як: особи з інвалідністю, тяжко або невиліковно хворі, громадяни похилого віку, діти-сироти, малозабезпечені родини, особи, що зазнали насилля, учасники АТО та ВПО, безробітні. Законодавство, що регулює надання соціальних послуг та їх визначення, фактично не розглядає складової молодіжної політики, як напрямку надання соціальних послуг.

Проте, новий Закон України "Про соціальні послуги", визначаючи типологію, варіативність соціальних послуг, механізм соціального замовлення, слугує ґрунтовною законодавчою підставою для організації надання соціальних послуг у тому числі в галузі молодіжної політики з виділенням бюджетного фінансування як з державного, так і з місцевих бюджетів.

Підтвердженням цього є досвід Сумської області. Так, у 2018 році Сумщина першою за ініціативи громадськості пілотувала розробку та прийняття Обласної цільової соціальної програми розв'язання пріоритетних проблем з використанням

механізму соціального замовлення. Перший рік реалізація зазначеної програми стосувалася лише таких напрямів та категорій, як охорона здоров'я (зокрема надання соціально-медичної, інформаційної, юридичної та психологічної допомоги пацієнтам ЗПТ, наркозалежним, ВІЛ-інфікованим), соціальний захист (надання інформаційно-консультативних послуг, соціально-психологічної реабілітації учасникам антитерористичної операції (операції об'єднаних сил), допомога постраждалим від домашнього насилля, внутрішньо переміщеним особам). Виконання програми показало свою ефективність, не лише

щодо змісту, але й щодо механізму використання бюджетних коштів. І уже у 2019 році перелік виконавців програми та, відповідно, напрямів, було розширено для галузі молодіжної політики. Зокрема, в рамках програми було організовано придбання через соціальне замовлення 2-х послуг: 1) реалізація заходів у напрямку соціальної профілактики та пропаганди здорового способу життя в молодіжному середовищі; 2) реалізація заходів спрямованих на організацію доступного та змістовного оздоровлення та відпочинку дітей пільгових категорій області.

Яким же чином таку можливість, як соціальне замовлення, можна використовувати у молодіжній політиці?

Говорячи про процес організації надання соціальних послуг за напрямками молодіжної політики, варто розглянути цей процес з кількох аспектів:

1. Напрямки надання соціальних послуг та категорії їх отримувачів.

2. Механізм соціального замовлення, як приклад делегування повноважень громадським організаціям та підприємцям, особливо в рамках напрямку розвитку громадянського суспільства.

3. Соціальне замовлення, як ефективний інструмент розвитку молодіжної політики в рамках реформи децентралізації.

Розглянемо більш детально кожен із аспектів.

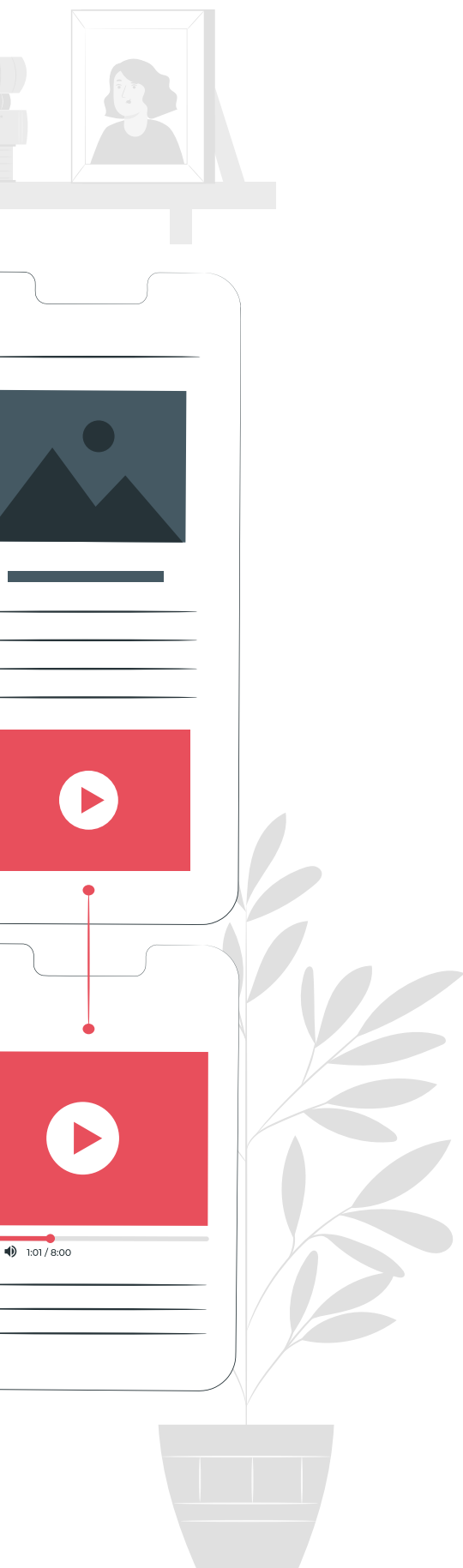
1. Напрямки надання соціальних послуг та категорії їх отримувачів в галузі молодіжної політики

Відповідно до чинного законодавства, соціальні послуги – це дії, спрямовані на профілактику складних життєвих обставин, подолання таких обставин або мінімізацію їх негативних наслідків для осіб/сімей, які в них перебувають.

З урахуванням пріоритетів державної молодіжної політики, можна виділити наступні напрямки (проблеми) та категорії молоді, які можуть бути представлені (вирішенні)







механізмом надання соціальних послуг:

- здійснення соціальної профілактики молоді, що опинилася у групі ризику щодо потрапляння під вплив соціально небезпечних звичок (тютюнопаління, алкоголізм, наркозалежність, соціально небезпечні хвороби тощо). У даному випадку мова йде не лише про пропаганду здорового способу життя, а в першу чергу здійснення заходів, спрямованих на попередження впливу негативних звичок та чинників на молоде покоління, починаючи із середнього та старшого шкільного віку.

З метою часткового вирішення цієї проблеми Міністерством молоді та спорту у співпраці з іншими центральними та місцевими органами виконавчої влади з 2014 проводило щорічної інформаційно-профілактичної акції "Відповідальність починається з мене", одним із основних завдань якої є: "здійснення заходів щодо популяризації та утвердження здорового і безпечного способу життя та культури здоров'я серед молоді, протидії поширенню у молодіжному середовищі соціально небезпечних захворювань, алкоголізму, наркоманії та тютюнопаління, зокрема виявлення фактів порушень чинного законодавства щодо незаконного продажу неповнолітнім алкогольних напоїв та тютюнових виробів, проведення інформаційно-просвітницької роботи серед торговельних закладів та населення щодо відповідальності за продаж алкоголю та тютюнових виробів неповнолітнім".

Проте, варто визнати, що по факту дана акція на місцях через брак кадрового професійного потенціалу, реалізовується не на достатньому рівні, зазвичай її проведення зводиться до організації поодиноких заходів, при цьому системна робота відсутня.

Використання механізму замовлення послуг соціальної профілактики дозволить більш якісно та в повній мірі здійснювати роз'яснювальну, профілактичну, інформаційну роботу у напрямку подолання проблеми потрапляння молоді під вплив хибних звичок та соціально небезпечних хвороб;

- організація змістовного оздоровлення, відпочинку та до-

звілля дітей та молоді, особливо соціально уразливих категорій, в канікулярний період.

У даному напрямку не можна сказати, що державні інституції не виконують, або не в повній мірі виконують свої функції. Щороку з бюджету усіх рівнів виділяються кошти на придбання послуг з оздоровлення та відпочинку (путівок) для дітей пільгових категорій у відповідних закладах до 18 років. Проте, цих коштів недостатньо. При цьому середня вартість путівки до відповідних закладів щороку збільшується, а кошти, що виділяються за напрямком "Оздоровлення дітей" можуть використовуватися лише для придбання путівок терміном, не менше 14 днів. Натомість, фактично усі заклади оздоровлення та відпочинку, а також інститути громадянського суспільства, що мають багаторічний позитивний досвід організації якісного оздоровчо-відпочинкового процесу, готові організувати 3-х, 7-ми, 10-ти денні відпочинкові зміни, надаючи, при цьому, дітям широкий спектр якісних виховних, дозвілевих, психологічних, терапевтичних та інших функцій;

- одним із пріоритетів державної молодіжної політики є зайнятість молоді. І якщо в питаннях, щодо профорієнтаційної роботи з молоддю, розвитку волонтерської діяльності Мінмолодьспортом проводиться значна робота, реалізовується та підтримується велика кількість проектів, то з вирішенням таких питань, як працевлаштування молоді, зменшення кількості молоді, особливо з сільської місцевості, що вимушена масово виїжджати закордон на заробітки (часто неофіційні), перед органами державної влади на місцях та органами місцевого самоврядування постає проблема. Брак кадрів, особливо в сільській місцевості, не дозволяє здійснювати відповідну інформаційно-консультативну та навчальну діяльність у цьому напрямку. Втрачається контроль над ситуацією, молодь не відчуває належної підтримки, а, відповідно зростає відсоток молодіжного безробіття. Натомість організація надання соціальних послуг у даному напрямку із залученням кваліфікованих організацій дозволила б більш ефектив-

но та адресно надавати допомогу молоді у пошуку першого робочого місця, набуття конкретних корисних знань, умінь та навичок з огляду на вимоги сучасного ринку праці тощо;

- ще одним із напрямків, який міг би розвиватися із використання механізму соціального замовлення, є розвиток системи національно-патріотичного виховання. За останні роки на державному рівні цей напрямок значно посилено, як на рівні законодавчого забезпечення, так і на рівні бюджетного фінансування. Але коли мова йде про виконання аналогічних функцій на рівні місцевого – знову виникає проблема кадрів. В більшості ТГ України питаннями молодіжної політики, фізичною культурою та спортом, НПВ займається, в кращому випадку, одна людина, а частіше – це фахівець, що виконує функції за кількома не пов'язаними між собою напрямками. При цьому за своїм змістовним ідеологічним наповненням напрямок НПВ, особливо в умовах сьогодення, має займати одну з провідних та ключових позицій гуманітарної сфери. Частково вирішити зазначену проблему можливо через надання відповідних соціальних послуг. При цьому, що важливо, в якості надавачів можна і варто залучати учасників ООС, що сприятиме їх соціалізації.

2. Механізм соціального замовлення, як приклад делегування повноважень громадським організаціям та підприємцям, особливо в рамках напрямку розвитку громадянського суспільства

Говорячи про процес організації соціальних послуг, варто особливо увагу приділити механізму соціального замовлення. Адже, окрім своєї ключової функції – надання соціальної послуги, тим хто її потребує, цей механізм повинен забезпечувати максимально якісний відбір надавачів на конкурсних засадах.

При цьому слід зауважити, що соціальне замовлення, як конкурс, має суттєву відмінність від механізму проведення конкурсів проектів



розроблених інститутами громадянського суспільства. Так, в рамках стандартного конкурсу проектів допомога надається в переважній більшості на підтримку разової ініціативи, автором якої є група громадських діячів. При цьому учасником та переможцем конкурсу може стати молододосвідчена громадська організація, що лише починає свою соціальну діяльність. Механізм же соціального замовлення, що покликаний організувати надання допомоги певній кризовій цільовій аудиторії, не може дозволити долучити до надання цієї допомоги не фахових молододосвідчених спеціалістів, але при цьому соціальне замовлення передбачає участь у якості надавача, громадських організацій або ФОПів, що відразу створює для них можливість стати рівноправними конкурентами для відповідних державних структур.

Тобто, соціальне замовлення, яке базується на поступовому делегуванні від органів державної влади повноважень та ресурсів до інститутів громадянського суспільства і підприємницького сектору частини соціальних та інших функцій, якими перевантажені державні інституції, є ефективним інструментом регулювання діяльності у сфері надання соціальних послуг. При цьому, цей механізм водночас слугуватиме стимулом для інституційного розвитку ІГС, підвищенню рівня їх відповідальності.

3. Соціальне замовлення, як ефективний інструмент розвитку молодіжної політики в рамках реформи децентралізації.

Реформа децентралізації є однією з ключових реформ уряду. Децентралізація бюджетів, розширення повноважень та можливість самовизначення громад щодо власного розвитку безумно сприяли розвитку територій, підвищенню соціальних стандартів населення. Але, певний перелік напрямків державної політики (що є базовим) був чітко обумовлений концептом реформи та має чітке нормативне відображення. До таких належить освіта, медицина, соціальний захист, безпека. Натомість, такі напрямки, як молодіжна політика та національно-патріотичне виховання, не маючи чіткої схеми впровадження у новостворених громадах, з одного боку загальмували свої темпи розвитку, а з іншого – отримали шанс для власної

визначеності та можливість обрання індивідуального, з огляду на специфіку громади, шляху. Головне – віднайти та запровадити механізми такого розвитку.

І вдалим у даному контексті, є саме механізм соціального замовлення та організації надання соціальних послуг.

По-перше, територіальна громада, як орган місцевого самоврядування, має підстави самостійно визначити напрямки надання соціальних послуг та категорію їх отримувачів, зважаючи на гендерні, вікові, географічні, соціально-економічні особливості громади.

По-друге, для громад, особливо невеликих та розташованих в сільській місцевості без прив'язки до районних центрів, використання та фінансування механізму соціального замовлення є економічно вигідним та обґрунтованим, адже дозволяє фактично винаймати надавачів цих послуг на визначений період часу, не витрачаючи при цьому ресурс на постійне утримання та адміністрування відповідних комунальних чи державних установ.

Таким чином, варто зазначити, що прийняття Закону України про "Соціальні послуги" стало важливим кроком держави не лише у напрямку соціальної політики, але й слугує ефективним приводом для розвитку громадянського суспільства.

При цьому відповідні підзаконні акти, що передбачатимуть механізми та порядки реалізації положень Закону, мають обов'язково передбачати створення конкурентного середовища для надавачів цих послуг, контроль за їх якістю та відповідністю реальним потребам, а також передбачати в обов'язковому порядку включення складових молодіжної політики.

При цьому важливим є запровадження механізмів надання соціальних послуг саме за напрямком молодіжної політики на місцях, особливо в контексті розвитку територіальних громад.

Список використаних джерел

1. Про соціальні послуги : Закон України від 17.01.2019 № 2671-VIII, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text>
2. Про Обласну цільову соціальну програму розв'язання пріоритетних проблем з використанням механізму соціального замовлення на 2019 рік: рішення Сумської обласної ради 7 скликання від 14.12.2018, URL: <https://cutt.ly/Jl2ZfnY>

Андрій Крамченков
Діана Крахматова

ПРО КОРУПЦІЙНІ СХЕМИ, ТА ЩО РОБИТИ АБИ КОРУПЦІЇ СТАЛО МЕНШЕ



"Суспільне" поговорило з експертом Віктором Бобиренком про те, що таке корупційні схеми та що робити для того, аби корупції стало менше.

Корупція як явище — що це таке

— Якщо дуже просто, то корупція — це схеми. Схеми уводу бюджетних коштів або їх непопадання в бюджет. Є дозвільна корупція, уникаюча і відкатна.

Уникаюча — це коли гроші не попадають в бюджет. Наприклад, ви заводу "Хімпром" пробачаєте 50% того, що вони мають в бюджет міський сплатити за землю. Проходить сесія, голосується і замість 28 мільйонів вони дають тільки 14 в бюджет. 14 — не потрапило у бюджет.

Коли нас дурять, завжди таке відчуття, що нам хочеться плакати. Тому що вони розказують: ну ви ж розумієте, 3 з половиною тисячі працівників, а якщо завод "накриється медним тазом", що ж будуть дітки їсти в цих сім'ях. А те, що завод — менеджмент Фірташа, і, фактично, вони через "прокладочки" збивають гроші, уводять їх, то — нічого. Але за те ж ми пробачили їм 14 мільйонів. Ці 14 мільйонів — класичний приклад уникаючої корупції

Дозвільна корупція — це коли щось не можна, але за гроші — можна. Наприклад, за гроші можна від військкомату відкупитися. Можна студенту за гроші не знати, наприклад, фізику. Дав сто доларів професору і він тобі дозволяє не знати. Це — дозвільна корупція.

Ну і класична — це відкатна корупція. Це коли гроші вже зайшли в бюджет, а з бюджету їх "відкатом" відкатили десь назад. Ви проводите тендер, головне — правильно прописати умови тендеру. Ну, наприклад, оздоровлення і відпочинок дітей. І ви прописуєте в тендері умови. В якійсь області можуть закупити за бюджетні гроші путівки, але, щоб "наші діточки своїми босими ноженятками побігали по морському пісочку". І ви включаєте обов'язкову умову — море. І всі сумські табори відвалюються. Поза конкуренцією. І ви домовляєтесь в якомусь Скадовську з директором табору. Купляєте в нього путівки і він вам 10-20% вертає. Це — класична схема відкатної корупції.

Ще один приклад корупції — можна не красти з бюджету, а прийти в депутати, щоб "порешать" тільки один конкурс. Наприклад, на перевізників. Взяти своїх 2-3 маршрути і потім казати: "ну-ну вчителькам квіти брати, це — корупція, це взятка". А він собі "на-решав" один конкурс і тепер може бути чесною людиною.



Як з цим боротися, що робити українським виборцям, щоб це явище зникло

— Потрібно змінювати ментальність, щоб не було бажання дати хабаря. І щоб не було бажання брати хабаря. І при тому я знаю чесних чиновників і, можливо, мені глядачі й не повірять, але я — не "брав". Не брав і все.

У нас депутати міської ради — 42 людини — їм же гроші не платять. Але відбою від бажаючих немає. Частина йде, щоб шось "порішати", а частина — щоб не дати "порішати". Значна частина йде в депутати, щоб "порішати"



Які існують інструменти для боротьби з корупцією

— Після Революції Гідності 2014-2015 роки з'явилися реформи. І одна з найважливіших була децентралізація. І в першу чергу — бюджетна децентралізація, коли скинули вниз гроші і коли по формах почали розраховувати освітню субвенцію і субвенцію охорони здоров'я. І в містах стало грошей нерезально багато. У 2013 році бюджет розвитку Сум був 30-40 мільйонів. І то по казні гроші йшли. А вже в 15-му році це було 600 мільйонів. У 20 разів стало більше грошей і, відповідно, почали красти не тільки в Києві, а й на місцях.

Відкатна корупція. Десь щось побудували, плиточку поклали, десь хтось на цьому здорово заробив. Роблять це "свої між своїх" і тому відкатна корупція важко ловиться. Домовилися два друга. Один з них чиновник, другий — бізнесмен. І вони порішали: я тобі приношу 100 мільйонів, скільки назад віддаєш, якщо освоїш?

Ще один інструмент, найкращий, я б сказав, — система Prozorro, система Edata. Коли з'явилося Прозорро то важко стало красти, і, скажімо так, сума "відкатів" значно зменшилася. Тому що треба конкурувати. Вже не виставиш велику ціну на якийсь товар чи послугу. Можна ж звірити, скільки цей товар коштує і потім подивитися — а як так вийшло, що у вас томограф на мільйон дорожче, ніж у вільному доступі у два кліки купити можна? Але корупціонери тепер працюють як? Хтось понижує ціну, а потім додатковими угодами все одно повертає ту ціну, яка їм потрібна і забирає тендер.

Ще одна така схема є "прийти зі своїми". Ви приходите із двома конкурентами, приводите конкурентів, за них заповнюєте тендерну документацію, і конкуренти "програють", а потім чиновнику кажуть — а що ж ви купили картоплю по 12 гривень, вона ж по 10? А дешевше ніхто не прийшов. Прийшли по 12 і по 13. Я от по 12 і купив. Система Prozorro добре захищала від корупції і корупції стало відчутно менше. Але говорити про це стали більше. Тому вважалося, що Порошенко — найбільший корупціонер, просто про це почали говорити, писати всі, а при Януковичі про це і розмова не велась. А колись у 2003-му році, коли навіть і поняття такого "тендер" не було — скільки совість дозволяла красти, стільки й крали.

Що сталось з відкритими інструментами для розслідувань — чи доступні вони зараз

Зараз постановою кабміну "поховали" Prozorro, і тепер, під час війни, закупівлі можна здійснювати без цієї системи. Логіка є, начебто, щоб швидше проходили, тому що тендер забирає до місяця, поки пройдуть всі процедури. Але цією постановою скасовували Prozorro і дуже централізували. Тому тепер, щоб в Охтирці відремонтувати ТЕЦ, треба погоджувати з Києвом. Погоджувати підрядника, тобто, Київ може прислати свого підрядника і підрядник, зрозуміло, заробить, і, зрозуміло, мусить "віддячити" тому, хто йому цей підряд дістав. Чому б не дати Охтирській громаді гроші, а ми будемо "стояти з палками і бити по руках", якщо, не дай Боже, у вас буде неефективне витрачання коштів. Ні, робить в Охтирці Управління капітального будівництва. Я маю вірити, що вони – джентльмени?



Що конкретно може зробити людина, щоб корупції стало менше

Треба не толерувати корупції. Не давати хабарі і самому вчитись не брати. Якщо, наприклад, ви стаєте чиновником чи викладачем у виші. Іншої "кухні" немає. А у нас "ментальний вивих" – "корупція – це погано, але якщо мені, то трохи можна".

Останнім часом почали централізувати бюджет, все на центральний рівень, а треба навпаки, треба "вниз" всі гроші опускати, до рівня школи і позакривали всі реєстри. І немає Prozorro. Ми перемагаємо, але якщо виходить в нас, у кращому випадку, щось типу Угорщини або Білорусі. Ми б'ємося за європейські цінності, а самі цих цінностей не дотримуємося – я зараз про владу. Як позакривати реєстри? Як скасовувати систему Prozorro? Хіба це демократично? І тому, коли буде в нас на відбудову 340 мільярдів заморожених на Заході коштів, припустимо, що їх дають Україні, то я уявляю, який буде шквал корупції. Будуть намагатися зачищати інформаційний простір. Я думаю, після нашої перемоги, нам треба буде ще раз поборотися або ще раз сходити на Майдан, тому що корупції буде багато.

Віктор Бобиренко

Ми бачимо вже ко-
тру системну кри-
зу влади за часів
незалежності. Ситуація стала:
наче кожен із міністрів чи голів
адміністрацій, хоча й молодий,
вже часто доводив свою спро-
можність у колишніх своїх про-
ектах, але всі разом, об'єднані
у Кабінет міністрів, результатів
вони не демонструють. Як у по-
ганій команді: гравці є, по полю
ширяють, а гра не йде.

І ось знову президент думає,
що, якщо поміняє молодого і
креативного на досвідченого і
зі зв'язками, усе налагодиться.

А не налагодиться. Усе глиб-
ше і складніше.

Успіх і ефективність керів-
ника складається із кількох
важливих складових. Лідери
виховуються у середовищах.

І чому ви думаєте, що ко-
лишній комсомольський вождь
Сергій Тігіпко, який як політик і
бізнесмен склався у 90-ті, враз
стане прихильником чесного
ринку, а не договорняків? Тіль-
ки тому, що його тепер назива-
ють не товариш, а пан?

І питання питань: чому у
нас не складається з елітами?
Де команда мрії? Допоки біль-
шість виборців на кожних ви-
борах буде говорити: "Цей зла-
мався – несіть нового"?

ЧОМУ В УКРАЇНЦІВ ВІДСУТНІ ВЛАСНІ ЕЛІТИ.

6 ФАКТОРІВ



1. Відсутність вікових традицій формування власних еліт

Українцям не пощастило. Без держави плекати еліти важко.

Тому перший фактор – це відсутність вікових традицій формування власних еліт.

Тому українські пасіонарії були донорами інших етносів. Асимілювалися – і творили їхню велич та історію.

Згадаємо Ярему Вишневецького – українця за походженням, який став прокляттям для власного народу і героєм Польщі.

Або згадаємо Феофана Прокоповича чи канцлера часів Катерини II та Павла I князя Безбородька, які зцементували імперію.

Чи найуспішнішого полководця імперії у XIX столітті генерала Івана Паскевича (а то ще тут хтось згадає про Кутузова, який програв Наполеону і Аустрерліц, і Бородіно), який завоював для Росії Закавказзя і потопив у крові повстання поляків та угорців.

І у часи Другої світової багато українців: найкращі танкісти Лавриненко, Слюсаренко чи винищувачі Кожедуб та брати Глінки зробили усе, щоб Путін (сам весп) міг говорити, що русскіє виграли б війну без українців.

Путін з точки зору імперця не лукавив. Просто він вважав усіх цих героїв русскімі.

У всіх імперських народів: і поляків, і росіян (русских) ксенофобії як такої не було. Просто було кілька маркерів, за якими вас визнавали або не визнавали своїм і приймали чи ні в етнос. Ярема Вишневецький став поляком з прийняттям католицтва.

Росіянином міг стати і єврей Шефіров, і українець Безбородько, і грузин Багратіон, і будь-хто зараз. Потрібно лише вимовити певну (зараз умовну) формулу: "Москва – третій Рим і четвертому не бути". І ви будете вважатися своїм.

Формули, які треба говорити в імперії – різні. Суть одна. Колись це було через "Пролетарі усіх країн, єднайтеся!".

Думаєте, зараз, за Путіна, інакше? Помиляєтесь. Зараз, щоб стати русскім, потрібно визнати, що "на УкрАїне єсть укрАїнци", а не українці. Що "єсть адін народ". І відкликатися, приміром, не на Дмитро КозАк, а на Дмитрій КОзак. І все, вас призначать заступником голови адміністрації президента Росії і довірять приєднувати колишню неньку до імперії.

Асимілюються українці легко. Тому що є другий фактор: проблема ідентичності.

2. Проблема ідентичності

Важко не погодитись з Віталієм Портниковим, який говорить про **три основні складові ідентичності**: українцем треба одночасно бути

- ◆ за духом,
- ◆ за мовою,
- ◆ за сприйняттям історії.

За духом – це особисте відчуття, що саме може об'єднувати для мене мертвих, живих і ненароджених. Своїх.

За мовою – тут зрозуміло. І тут багато хто говорить про політичну націю. І що мова не має значення і вписатися в політичну націю можна з будь-якою мовою. А для мене може бути лише хтось, хто вважає себе членом української політичної нації тільки в одному випадку. Якщо так, то, люблячи свою мову, він має з поваги до України вивчити і її мову. Або, принаймні, бути готовим діяти так, щоб ця мова стала другою рідною для його дітей.

Тим більше бути етнічним українцем і заперечувати українську мову – це підігрування ворогам.

За сприйняттям історії – важче, але можливо. Мої дід і дядьки, які загинули у війні з німцями – безу-

мовно герої. Проте герої для мене – воїни УПА, хоча мої рідні не воювали у її складі. І антигерої – уся камарилья смершу/нквд.

Не знаю, як зараз, а раніше у Севастополі у Панорамі "Оборона Севастополя" розказали б про матроса Петра Кошку – успішного розвідника. Ми ж знаємо, що на Вінниччині міг бути лише Петро Кішка.

І таких – мільйони. Героїв, які возвеличували імперію. І є спільними героями і для нас, і для росіян. Для нас – за походженням. Для них – за вартістю здійсненого подвигу.

І тільки зараз у нас з'явився шанс для історичної самоідентифікації. Усі, хто воює з імперією за Україну (чи то Іваненко, чи то Іва-

нов) – українці. Усі, хто воює за руских – не українці, якого б походження вони не були.

Проте має пройти покоління перед тим, як герої цієї війни стануть пам'яттю. І розірвуть обруч імперії у свідомості дітей і онуків.

Поки ж ми маємо навчитися розрізняти героїчних українців, які воювали за інших та інше, від героїв, які воювали за Україну.

Тим часом відсутність чітких ідентифікаційних маркерів дозволяє значній кількості людей, які вважають себе українцями, вписати себе в інертну масу, яка виражається у висловах Зеленського: "Хто я?" і "Какая разница".

3. Пригноблення українського

А поки – третій фактор, (причина і наслідок), те, що заважає нам плекати власні еліти: держава фактично до 2005 року, до приходу Ющенка, а потім і у 2010-2013 роках, системно гнобила українське. І виставляла напоказ радянське.

Я пам'ятаю залізничний вокзал у Києві 9 березня 2001 року. Після розгрому акції "Україна без Кучми" за українську мову і українську символіку били.

За Порошенка українське зазвучало. Проте ми, здається, повертаємось у період 2001 року. Українське провокативно висміюється, совкове – возвеличується.

І, до речі, у держави **Україна досі немає програми національно-патріотичного виховання**. І за цієї влади її точно не приймуть.



4. Фрагментарний світ з безліччю середовищ

Четверте. Ми живемо у фрагментованому світі. У нас безліч різних середовищ.

Лікар може бути одночасно власне лікарем, альпіністом і філателістом. А ще зустрічатися з однокласниками.

Легко було з середовищами триста років тому: ви селянин, козак або міщанин. Професія, стан і місцезнаходження творили середовище. Зараз у кожного їх багато. А інформаційний шум не дозволяє гарному спеціалісту стати помітним в галузі. Про нього не почують.

Необхідні неабиякі маркетингові зусилля, щоб "продати" себе як спеціаліста. А не всі можуть бути епатажними. Не у всіх стається слушний збіг обставин. Я думаю, що багато є педіатрів рівня доктора Комаровського. Але знаєте ви лише власного педіатра і Комаровського.

Ще важче із галузевого лідера стати лідером національним.

Раніше лідером був військовий. За народженням чи за талантами. А хто зараз має бути лідером нації: педагог, філософ чи економіст? Чи кого винесе наверх хвиля попівізму?

Зараз у західних демократій є інструмент плекання лідерів: партії. Меркель у партії з молодих років. Партія виховувала і навчала. Партія прищеплювала етичні стандарти. Партія вчила витримці.

В Україні в основному – партії лідерського типу. І якщо усі залежні від лідера, то відсутній партійний плюралізм.

Обласну організацію партії можна продати, як франшизу. З усіма районними організаціями партії. Дорослих людей продають, як товар. Як додаток до печаток районних організацій.

Не вірите? Спитайте Юлію Володимирівну, як там Сумська обласна організація партії "Батьківщина". А чому ж вони не тікають з такого корабля? Бо восени місцеві вибори, і вони знову зайдуть у міські і районні ради.

Маркетингові методи в політиці важливіші за реальний професіоналізм. І тут ми підійшли до головних факторів сучасності, які впливають на "творення" еліт. Якщо еліти продаються, як гарячі пиріжки, то хто і як їх робить і просуває на ринку?



5. Технології

Тож п'яте. **Все роблять технології.**

Але вони враховують нашу ментальність. А у нас усі проти корупції. Поки кум не у владі. А нам з кумом трошки можна.

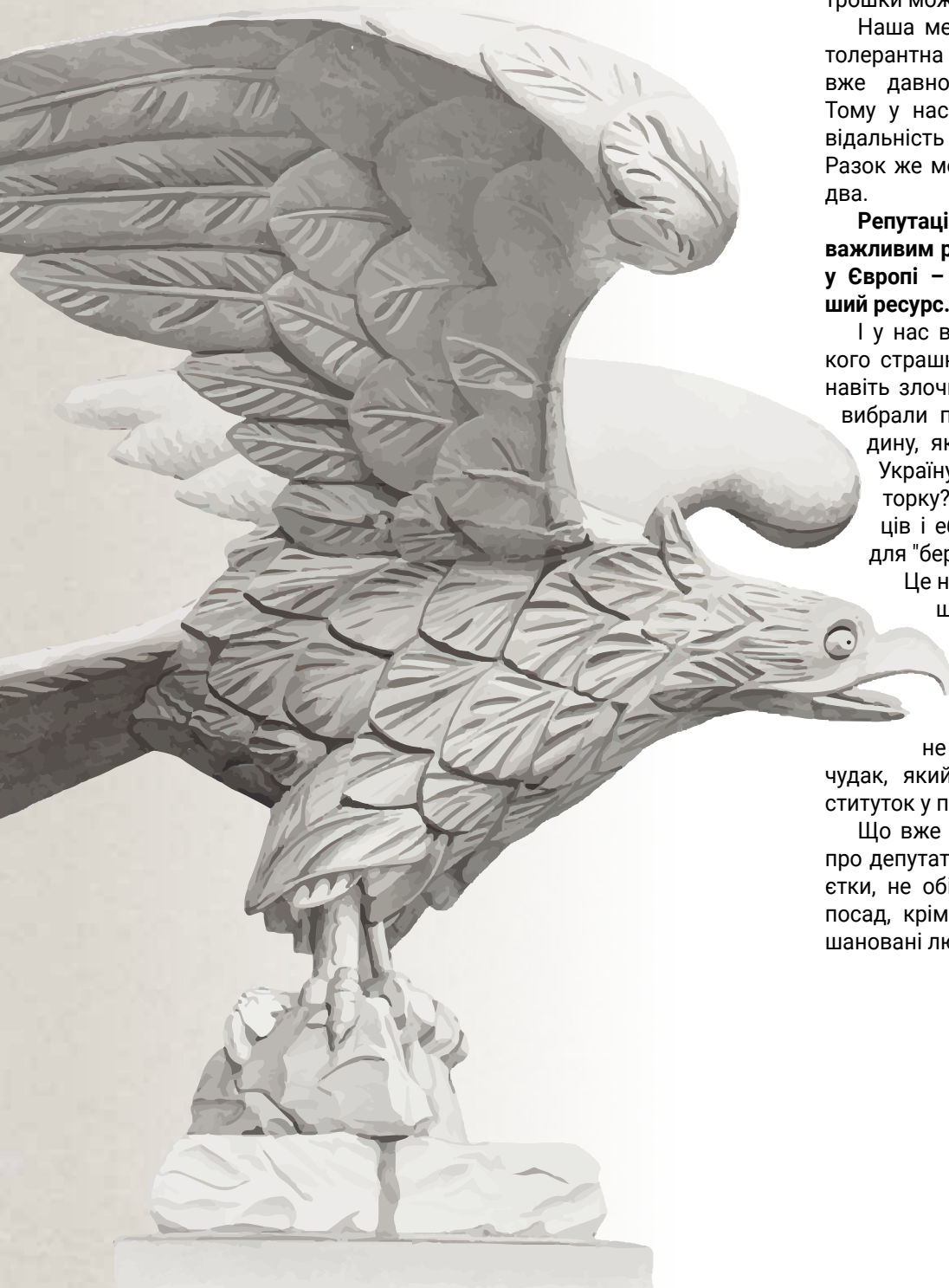
Наша ментальність дуже толерантна до корупції. Це вже давно слід визнати. Тому у нас відсутня відповідальність за "зашквари". Разок же можна, так? Або й два.

Репутація в Україні не є важливим ресурсом, тоді як у Європі – це найважливіший ресурс.

І у нас вибачають тим, у кого страшні зашквари, або навіть злочини. Це не у нас вибрали президентом людину, яка говорила про Україну як про порноакторку? Про майданівців і ебонітові палички для "беркуту"?

Це не у нас у найбільшій фракції можуть вітатися з гвалтівником? Це у нас не написав заяву і не пішов з політики чудака, який викликав протестуток у парламенті?

Що вже говорити просто про депутатів, які мають маєтки, не обіймавши жодних посад, крім державних? Це шановані люди.



6. Ми не обираємо лідерів – нам їх підсовують

Шосте. Корок при формуванні порядку денного. Усі попередні фактори другорядні у порівнянні з цим.

Еліти в Україні відсутні тому, що ми не обираємо лідерів – нам їх підсовують.

Тасується колода з одних і тих же політиків та експертів. І навіть коли треба поміняти прем'єра, з колоди витягають старого валета. Бо зайвих карт у колоді немає.

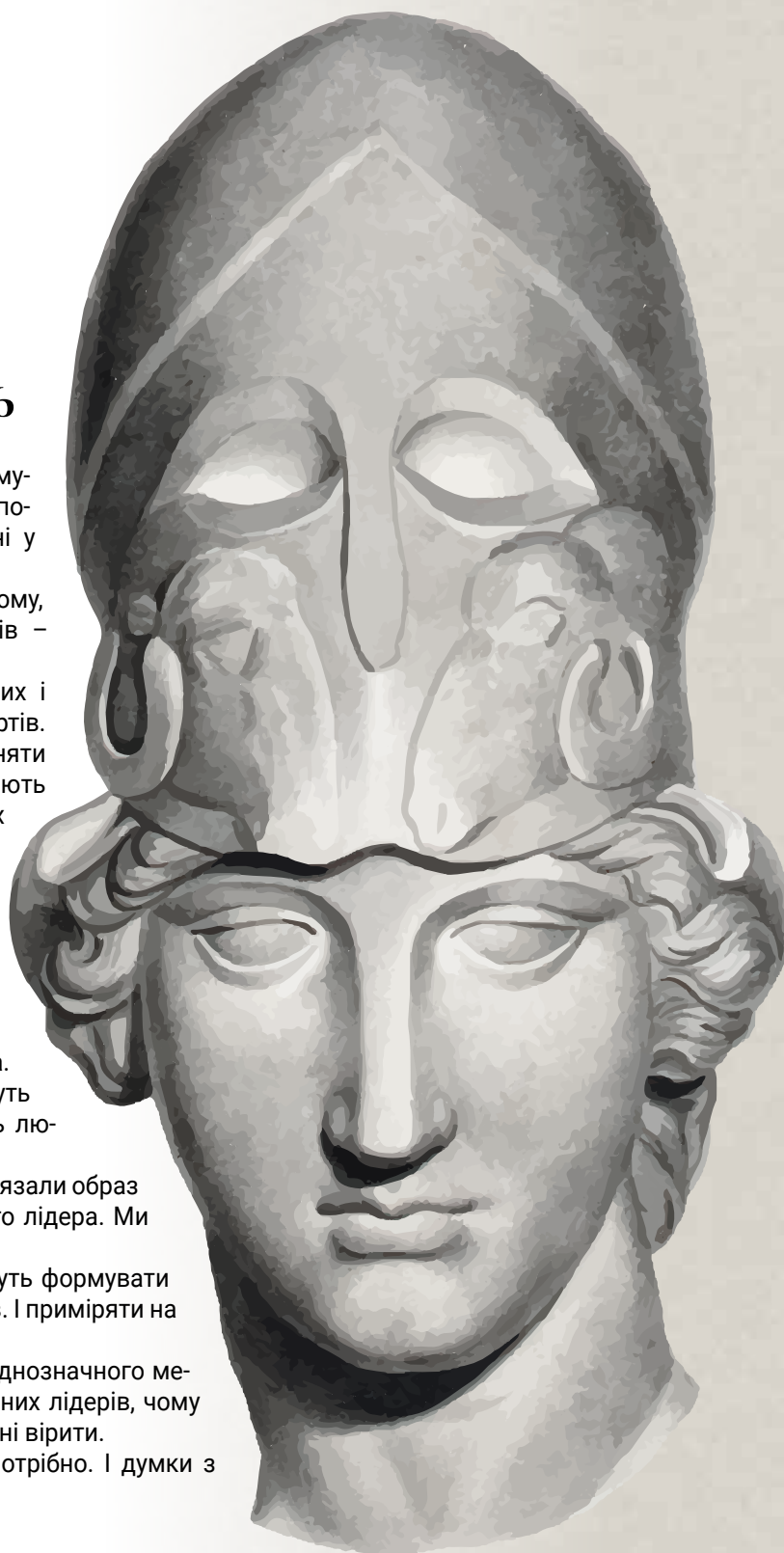
Бо у нас давно вже не політика, а картинка про політику. У нас соціологія вже давно стала інструментом політики. Спочатку вираховується образ, який хоче побачити публіка. Шукають персонаж. Пишуть сценарії. І образ нав'язують людям.

Останнього разу нам нав'язали образ нового, простого і порядного лідера. Ми його купили. Їмо.

Коли цей здується, почнуть формувати відразу кілька нових образів. І приміряти на електорат. Щось підійде.

І немає ні в кого у світі однозначного методу: як знаходити потенційних лідерів, чому їх навчати і у що вони повинні вірити.

Проте шукати способи потрібно. І думки з цього приводу є.





Віктор Бобиренко

ЧИ ВІДБУЛИСЯ УКРАЇНА ЯК ДЕРЖАВА І МИ ЯК НАЦІЯ?



Кілька останніх століть, особливо у другій половині двадцятого, Росія намагалася асимілювати українців.

І знайшла правильний підхід. Урівнявши у правах українську козацьку старшину, шляхту Правобережної України (після поділів Польщі) і російське дворянство, Росія швидко почала зросійщувати панство. Кочубеї, Гоголі, Розумовські, Перовські, Вернадські та Достоевські врешті-решт стали відчувати себе великоросами.

Україна подарувала пасіонарний генетичний фонд сусідам. Як до цього кілька століть підкріпляла генетичний фонд Польщі.

На 1917 рік у губернських містах панувала російська мова. Решта України була українським селянським морем. Української інтелігенції не бракувало. Українська шляхта великою мірою усвідомлювала свою українськість. Українське не завжди значило селянське.

Але так, ще тоді нав'язувалося. Говориш українською – ти або мазепинець, або бидло. Кар'єру в імперії можна було зробити виключно російською мовою.

Після недовгого періоду українізації у 1920-х усе повернулося. СРСР зміцнів і став тою ж імперією, лише з іншими символами.

У 70-ті процес прискорився. Армія, інститути – усе було російськомовним. І батьки благословляли дітей. Хочеш чогось досягти – їдь із села і говори "па-рускі".

Здобуття Україною незалежності базувалося на двох речах. Перше – на великій пасіонарності української інтелігенції, студентства. Врешті на пам'яті про Голодомор, про спротив у 20-х роках Наддніпрянської України та спротив у 40-50-х ОУН-УПА.

А друге – на вдалому маркетинговому прийомі. Совковій, малоросійській частині українців просто запропонували альтернативу. Кругом були простенькі листівочки з порівнянням, скільки чого виробляється в Україні на противагу Франції з Німеччиною. Виходило на користь України.

В час, коли полиці магазинів були порожніми, обивателю запропонували: ми відділимося, і ковбаси, якої не вистачає на весь Союз, принаймні українцям вистачить.

Інтереси тих, хто хотів незалежності України, співпали з інтересами тих, хто хотів тихого і ситого життя.

А далі ті еліти, які були на той час в Україні, почали малювати нові символи і складати міфи.

Власне, на них і тримається так звана народна пам'ять, розвиваючись чи консервуючись.

Міфи і символи творили еліти: президенти, політики, письменники і спортсмени.

Але від початку до процесу міфотворення було підключено ЗМІ, передусім телевізор. І з кожним роком у залежність від нього потрапляло більше і більше людей.

Мало того, телевізор став формувати порядок денний. Подія – не те, що відбулося. А те, як про це розповіли.

Кравчук пройшов швидко і непомітно. І в народі залишився таким собі інтриганом, який може проходити "між краплинками".

Кучма своє правління почав із заяви: "Скажіть мені, яку Україну ви хочете, і я вам її побудую".

Навряд чи ми хотіли собі на шию ту химеру, яку він вибудував: зрощення червоного директорату і криміна-

літету в олігархічного спрута. Не було у Кучми ні візії, ані місії, об'єднавчої ідеї.

Російська парадигма, яскраво виражена у повоєнній пісні "Жила бы страна родная и нету других забот", в Україні не прижилася. Не так із-за ментального хуторянства, як із-за примітивності, фасадності державних інституцій. Відомий анекдот часів пізнього Кучми: "Яка країна – такий і теракт" не гірше соціологічних замірів ілюструє несприйняття українцями власної держави як системи інституцій.

Але і людиноцентричної держави за європейським зразком побудовано не було.

Натомість після вбивства Георгія Гонгадзе вперше склалася революційна ситуація. Україна без Кучми – перше повстання, яке сколихнуло Україну і делегітимізувало і Кучму, і владу в Україні загалом.

Тому Помаранчева революція запропонувала нові ідеали.

У нас мало про це говорять і знають. Але слід усвідомлювати те, що на початок 2000-х дорослим стало найбільше покоління українців. Це народжені у 80-х. Це коли в школах класи були до К,Л,М.

Здавалося б, дезорієнтоване покоління, яке росло, коли успішними вважалися бандити і проститутки, стало на спротив фальсифікаціям і маніпуляціям. Суспільство стало вимагати від держави чесної гри. І молоді пасіонарії себе проявили.

Той випадок, коли для становлення суспільства і цементування українського в суспільстві більше зробили митці, ніж політики.

Так, Ющенко став всього лише символом об'єднання українців. Але перемогу в серцях молодих кували Подерев'янський, Лижичко, Вакарчук, Жадан. Це коли стало модним любити українське і стібатися над московським.

Об'єдналися і ті, хто мав державоцентричним "Україна понад усе", і ті, хто вважав що має бути "Держава для людини".

Тоді актуалізувалося поняття цінностей. І цінностей, які об'єднують – "Україна понад усе", "Свобода ціни не має", "Гідність вища за життя".

Вийшли на передній план й загальнолюдські цінності. І європейські. Де має бути толерантність до інших людей. І нетолерантність до всього українофобського і до корупції.

При всій слабкості Ющенка як президента він дав поштовх українізації країни. Російські класи змінювалися на українські в школах. Українська витіснила російську з вишів. Врешті порушили тему Голодомору. Україна при Ющенкові переглянула власну історію. Російські міфи і символи почали замінюватися українськими.





Але точка неповернення ще не була пройдена і повернувся Янукович. Тому, що у кінці 2000-них найуспішнішими політиками в Україні вважалися Путін і Лукашенко. На тлі провалу Ющенка і взаємопоборювання у стані помаранчевих Росія отримала новий шанс відіграти Україну в імперію.

Невиразне і бліде правління Януковича не несло жодних українських смислів. Ми зрозуміли лише одне: красти можуть не тільки вирощені у совку. Прийшло покоління молодих, вихованих в Україні. І грабували вони ще спритніше за старих.

Вони теж пасіонарії. Пасіонарій завжди хоче змінити світ. Але пасіонарії об'єднуються за світоглядними імперативами.

Хтось хоче змінити світ з проукраїнських позицій. А для когось важливим є бачення світу, як у хлопців з модного у 2000-х серіалу "Бригада": "ми бригада, і весь світ проти нас".

І тільки Революція гідності зробила неможливим повернення України в імперію.

20 лютого 2014 року – день неповернення.

Коли спочатку на Майдані, а потім на Сході стали гинути українські хлопці і дівчата, було обірвано міф, який до цього нам чіпляли через різні проекти "руська міра", основою якого було твердження, що ми братні народи.

Наївний, але до щему щирий вірш Анастасії Дмитрук "Нікогда мы не будем братьями" розставив точки над "і".

На війну пішли українці Галичини і Наддніпрянщини, хлопці з Рівного, Полтави, Дніпра чи Одеси, представники кримськотатарського народу та інші.

А повернуться додому ветерани, які представлятимуть вже українську політичну націю.

Саме російсько-українська війна зробила неможливим повернення і до "совка", і до імперії. І оцінювати війну потрібно саме як російсько-українську війну, а ніяку не громадянську.

Громадянська війна – це міф, який нав'язується нам Росією.

Війна йде за державу Україна і за цінності, які врешті викристалізувались у найактивнішій частині українців.

Віктор Бобиренко

СТУДЕНТСЬКЕ САМОВРЯДУВАННЯ: ПЕРЕЗАВАНТАЖЕННЯ ЧИ ЗАСТІЙ?

Студенти – це найактивніша частина молоді. Вони без перебільшення є творцями сучасної української історії. Однак дуже часто студентство використовують "у темну". А плодами студентських перемог користуються дорослі політики, які тут же забувають про молодь.

Сьогодні у світі інформаційних технологій та відкритої інформації часто кажуть, що виші своє відживають. Вони не встигають змінювати програми так швидко, як цього потребує світ, що невпинно рухається вперед.

А Google знає все. Лекції найпрестижніших вишів і науковців уже є в мережі. То навіщо віддавати гроші вишу?

Але, якщо виші суспільству все-таки потрібні, то які? І яка їх місія?

Якщо узагальнити досвід поколінь, то є кілька найважливіших задач університетів:

- ◆ виховати громадянина;
- ◆ підготувати спеціаліста;
- ◆ підготувати й апробувати новий науковий продукт (знання, теорії, концепції, напрямки тощо);
- ◆ забезпечити можливості кампусу для студентів як єдиного інфраструктурного, комунікаційного та креативного простору. Простіше кажучи – дати комунікативні навички, вміння працювати в команді і знайомства на все життя.



Згідно з новими освітніми концепціями та законом "Про вищу освіту", виші розширюють свою автономію. Збільшуються можливості та вплив студентського самоврядування, яке визнається повноправним партнером адміністрацій вишів.

Тобто можна уявити такий собі трикутник здійснення політики у виші: адміністрація – університетські кафедри – студентське самоврядування чи профспілки.

Адміністрація вишу забезпечує роботу кафедр, творчих лабораторій, створює умови для комфортної роботи вчених, їх росту та можливостей навчати; надає можливості для комфортного навчання студента.

Університетські кафедри надають навчальні послуги студентам. Вони створюють новий продукт: теорії, винаходи, посібники, методички, навчальні кейси. Як інструмент – творчі лабораторії, студії.

Ще вони створюють традиції. Коли є не лише знання, а й філософія взаємних відносин. Принципи комунікацій всередині кафедр та між кафедрами, деканатами, кафедрами зі студентами передаються горизонтально і по вертикалі: академік – професор – доцент – аспірант – студент.

Таким чином, молодші звикають або до поваги, або до неповаги. До креативних підходів або до конфігурації "я – доцент, а ти – дурень".

Студентське самоврядування та студентські профспілки від імені студентів захищають їх права та обов'язково впливають на формування політики вишів.

Це – теорія. І хтось побожиться, що в якомусь виші дійсно так?

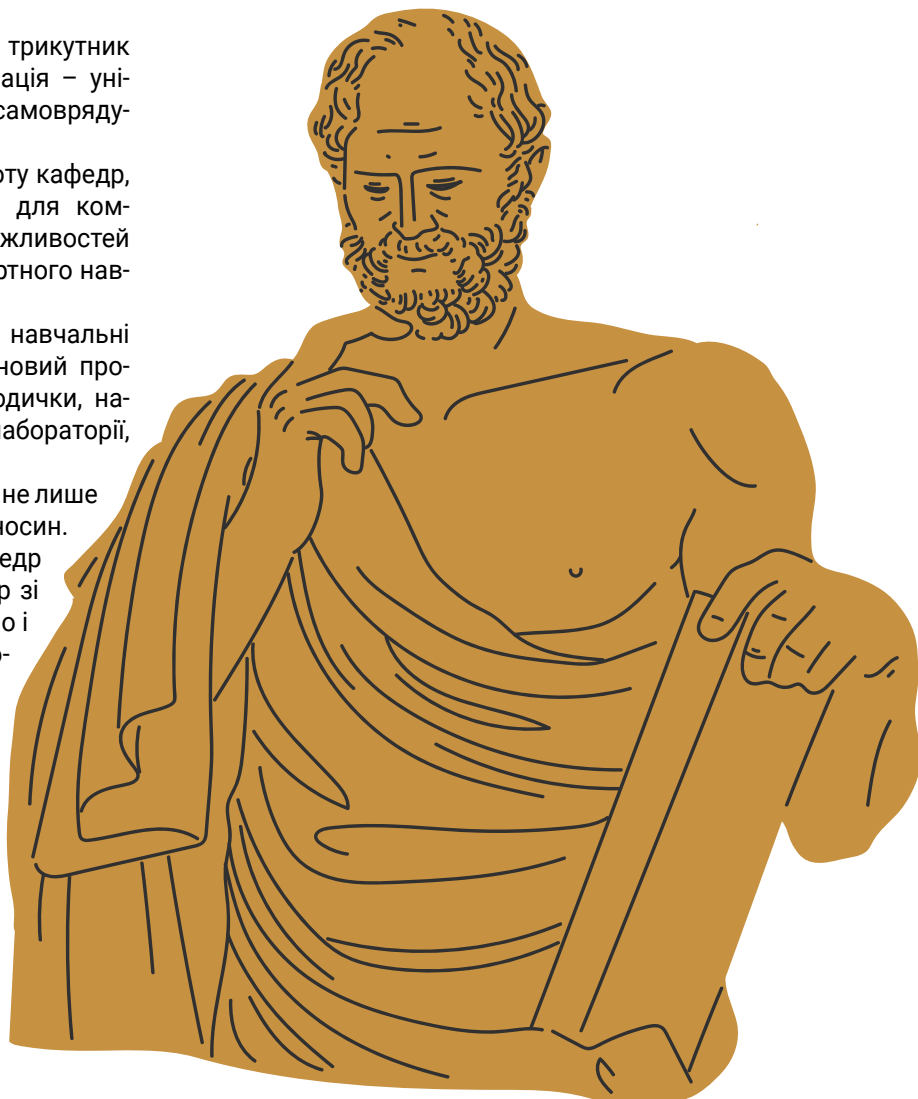
Виш можна порівняти з великим готельно-ресторанним комплексом. Студент – це отримувач послуг. Він має вийти з готелю/ресторану ситим на знання і вміння, свіжим після молодечого сну, бадьорим і впевненим у собі. Він має побачити, як працює система, і яка корпоративна етика діє в системі.

Студентське самоврядування – це своєрідне бюро із захисту прав споживачів. Воно має диктувати умови того, як треба надавати послуги, і слідкувати за якістю їх виконання.

Кафедра – "варить знання", естетично прикрашає та подає їх студенту.

Адміністрація слідкує за тим, аби вчасно міняли білизну і рушники, а офіціанти не плювали в суп. Ну і щоб клієнт не дебоширив.

А як у нашому кафе? Суп варять такий собі. Офіціанти можуть не тільки наплювати в компот, а й вилити його на голову. І після цього вигнати клієнта за те, що той вимагає чисту скатертину.



Демотивація як принцип

Чому так відбувається? Тому що всі неправильно мотивовані.

Узагальнення неправдиві. Вони потрібні для того, щоб можна було бачити тенденцію. Є старанні студенти. Мудрі професори. Ефективні менеджери в кріслах ректорів. Але тенденції...

У трикутнику "адміністрація – кафедра – студент" більшість займається профанацією і будує "потьомкінські села".

Студент не готовий вчитися. Він прийшов по диплом, а не по знання. Йому потрібна "халява" в заліковку. Тому що знання не гарантують працевлаштування. Навіщо відміннику щось вчити, якщо у двічника перспектив більше, бо "в дяді рука волохата"?

Соціальні ліфти не працюють. І тут ЗНО додає ще одну проблему. Діти з сімей зі скромним достатком ідуть до вишу на будь-яке бюджетне місце. Не збираючись потім працювати за спеціальністю. Краще відучитися на бакалавра, на аби-яку спеціальність. А потім уже в магістратурі на платній основі – на того, ким хочете бути. Знову демотивація.

Профорієнтаційна робота побудована у вишах просто. Вибити більше бюджетних місць. Залучити більше студентів на платній основі. Краще – іноземців. Зробити їх лояльними. Через них залучити інших студентів.

Круговорот проплачених дипломів. Кафедри аплодують і голосують. Ну, "а ми – не Росія". Ксенофобія нижче базового європейського рівня. Бо ми – народ широкий і гостинний...



На жаль, університети України продають дипломи, а не знання. Лише деякі виші готові перейти від кількості до якості, до знань. Звичайно, на різних кафедрах і в різних вишах ситуація різниться. Але є, знову ж таки, тенденція.

Адміністрація не продає знання тому, що на це немає попиту від більшості студентів. А в кафедри мотивація відсутня через малу зарплатню викладачів і непомірне навантаження.

Тому достатньо було "захиститись" у 20 столітті і далі можна не розвиватися. Хто з нас не згадає викладачів, які на лекціях говорять про будь-що, крім предмета?

Адміністрація не тисне на кафедри і тому, що ректорат залежить від них перед виборами. Сильно "напрягати" – значить недоотримати голосів. Понад 80% виборців – представники кафедр. І тому всім у площині "адміністрація – кафедра" вигідне status quo. Ви голосуєте правильно – ми вибиваємо вам бюджетні місця.

Для того, щоб отримати класного спеціаліста, одних знань мало. Потрібні ще навички і вміння. Мало знати напам'ять двадцять рецептів приготування борщу. Потрібно ще вміти різати м'ясо, шинкувати капусту, чистити картоплю і мати вміння це все змішувати й тримати на вогні. І подавати.

Навички даються при застосуванні кейс-методів, практик і стажувань. З цим у вишів дуже погано. Сторони поза університетами – і бюджетні установи, і бізнес – не готові брати на практику студента й витратити на нього дорожочинний час. Студент на практиці – "старший куди пошлють".

Виховання громадянина? Часто це не вважають завданням вишу, наполягаючи на тому, що потрібно давати лише знання.

Хто добре вивчав історію, той розуміє, що європейська цивілізація поставала якраз із університетського духу. А що ми маємо в наших університетах? Чистий конформізм. Як конформісти можуть виховати героїв з посиленням відчуттям власної гідності?

Давайте чесно. Соціальний статус вахтера вищий за соціальний статус студента.

Підготовка спеціаліста? Ми вже говорили. Крім приємних винятків, мотивації немає всередині вишів. Створення нового продукту? Тут прорив лише у деяких університетів. Виш, який заробляє кошти і має спеціальний фонд, вищий за загальний. Випадок, гідний подиву.

Єдиним позитивом наших універів є наявність кампусу. Це загально університетський простір, де студенти не лише проводять час. Це місце, де напрацьовуються зв'язки на все життя. Знаходять дружбу і кохання. Але в цьому просторі студент не є повноправним суб'єктом. Часто – лише затурканою "особою, що тимчасово проживає".



Досвід показує, що кожне покоління студентів має відстоювати свою гідність і права знову. Дуже швидко, за якісь 2-3 роки, міняються лідери, і традиції не встигають закріпитися.

Усе логічно. Будь-яка адміністрація намагатиметься контролювати самоврядування, щоб замикати конфлікти всередині. Це логіка усіх замкнутих систем. Це треба знати, і не демонізувати з цього приводу ректорати й деканати. Просто проректору з виховної роботи так простіше.

Майже аксіома: будь-який ректор хоче контролювати студентського ректора. Методи – залякати, купити, залучити. Контроль через батіг. Залякування, як це було в багатьох вишах у часи Януковича. Краще – через мотивацію. Будете лояльними – будете в аспірантурі, залишитесь працювати у виші. Або...

Тому, для того щоб не зробити вищу освіту остаточно профанацією і вберегти нові паростки, потрібно об'єднати зусилля інститутів громадянського суспільства, бізнесу та адекватних місцевих політиків у формуванні громадської думки.

Думки про те, що в такому вигляді наші університети програють конкуренцію європейським вишам. І головне – розбуркати виші, які вважають, що все добре, і нічого не міняючи можна просидіти ще покоління. Не можна.

У нас не розуміють поняття середовища. Розвиток студентського самоврядування – один із напрямків роботи із творення традицій і середовища, де неможливо бути нікчемом.

Самоврядування – це орган, який може стати і лобістом студентства у виші перед адміністрацією, деканатом та кафедрою, й адвокатом кожного студента, і творцем традицій.



Сумська обласна громадська організація «Клуб «Шанс»

Громадська організація, що займається сприянням становленню гуманних політик і науково обґрунтованих практик у сфері громадського здоров'я, здійсненням профілактичної, інформаційної, консультативної, виховної діяльності серед уразливих верств населення та захистом прав уразливих груп у сфері охорони здоров'я. Ми існуємо, щоб допомагати уразливим спільнотам та окремим людям вирішувати соціальні проблеми, з якими вони не в змозі впоратись самотужки.

Пріоритетні цільові групи:

- споживачі ін'єкційних наркотиків (СІН)
- люди, які живуть із ВІЛ/СНІДом (ЛЖВ), туберкульозом (ТБ), вірусними гепатитами (ВГ)
- люди, які відбувають покарання та їх близькі
- звільнені з місць позбавлення волі
- внутрішньо переміщені особи

Основні напрямки діяльності:

- Медико-соціальний та психологічний супровід ЛЖВ/ТБ/ВГ
- Захист прав СІН, ЛЖВС, засуджених, ін. представників незахищених верств населення
- Адвокація доступу до якісної медичної та соціальної допомоги уразливих до ВІЛ/ТБ/ВГС груп населення
- Профілактика ВІЛ/ТБ/ВГС серед СІН
- Профілактика ВІЛ серед засуджених/ув'язнених у Сумській області
- Догляд та підтримка ВІЛ-позитивних засуджених/ув'язнених у Сумській області
- Медико-соціальний супровід пацієнтів ЗПТ Сумської області
- Розвиток руху самодопомоги СІН/ЛЖВ
- Робота центру соціальної адаптації та обліку
- Розвиток паліативної та хоспісної допомоги
- Раннє виявлення туберкульозу серед представників уразливих до ТБ груп населення

Адреса: 40022, м. Суми, пров. Інститутський, 1/1
Телефон: (0542) 77 50 07;
Факс: (0542) 77 50 07
E-mail: clubchance@gmail.com



Програма ЄС "Міцні Регіони – Спеціальна програма підтримки України"/"EU4ResilientRegions – Special Assistance Programme Ukraine", що співфінансується Європейським Союзом та Федеральним міністерством економічного співробітництва та розвитку Німеччини (BMZ) та реалізується GIZ Ukraine, протягом 2023 року інституційно підтримує розвиток мережі навчальних платформ/хабів як креативних місць громадської взаємодії та нетворкінгу. Локації, які створені для організації та розвитку громадської активності. Які надають можливість іншим неурядовим організаціям розширяти свою компетенцію, заохочують співпрацю з місцевими органами державної влади.

9 громадських організацій створили і розвивають мережу 17 навчальних платформ/хабів:



Клуб "Шанс"

Неурядова громадська організація

40022, Україна,
м. Суми, провулок Інститутський, 1/1

Телефонуйте нам
+380 542 775 007

Напишіть нам
clubchancesumy@gmail.com

Слідкуйте за нами
<https://www.facebook.com/ClubChanceSumy>



Видавець: ФОП Наталуха А.С.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців серія СМв № 034 від 28.04.09, видане Державним Комітетом телебачення та радіомовлення України. e-mail: artdruk@ukr.net

Наклад 250 прим. Підписано до друку 04.09.2023 р.