

# Громадська партисипація, партнерство та довіра як рушії всебічного розвитку громади

Доповідач: Свеженцева Юлія Олександрівна,  
канд. соціол. наук, доцентка

18 січня 2024 року

## Перелік питань для вивчення теми

- Чому партнерство та співробітництво збагачує всіх учасників: висновки економічної теорії ігор.
- Природа довіри.
- Узагальнена довіра: чому довіра і партнерство збагачує людей і країни.
- Чому стратегія win-win є найбільш вигідною для учасників.
- Що необхідно для взаємовигідного співробітництва.
- Як довіра та співробітництво виникає.
- Довіра до влади та соціальні технології підвищення її рівня.
- Організація колективних дій для досягнення спільних неподільних благ.
- Крауд-технології партисипації.

*«...Найглибша думка соціології звучить так – речі зовсім не такі, якими вони здаються... Соціальна реальність складається з багатьох верств значень. Виявлення ще одного нового шару змінює сприйняття інших».*

Пітер Людвіг Бергер, «Запрошення до соціології»

## Тест:

### Яке висловлювання більше вас характеризує?

- 1) Зазвичай я довіряю кожній людині до тих пір, поки не переконаюся, що їй не можна довіряти.
- 2) Зазвичай я не довіряю жодній людині до тих пір, поки не переконаюся, що їй можна довіряти.

## Про яку країну йдеться?

*«Мало хто прагне брати участь у розгляді питань добробуту суспільства, та й можливостей такої участі представляється небагато.*

*До участі в політиці членів такого суспільства підштовхує не свідомість колективних цілей, а або користь, або залежне становище.*

*Популярність соціально-культурних асоціацій невелика. Індивідуальна побожність заміняє дух служіння суспільству.*

*Корупція сприймається як щось нормальне навіть самими політиками, які демонструють цинічне ставлення до демократичних принципів.*

*Компроміси розцінюються однозначно негативно.*

*Закони (на одностайне переконання) існують для того, щоб їх порушувати; водночас побоюючись беззаконня з боку інших, люди вимагають посилення дисципліни.*

*Потрапивши в цю систему взаємопов'язаних порочних кіл, практично кожен відчуває себе об'єктом експлуатації, безсилим і нещасним.*

*Зважаючи на всі перелічені особливості, навряд чи доводиться дивуватися тому, що представницьке правління тут не настільки ефективне, як у країнах з більш розвиненою культурою громадянськості».*

## Південні та північні регіони Італії 80-х років (дослідження Д. Гамбетті)

### Південні регіони:

- слаборозвинені;
- кооперація не виникала, незважаючи на колективний інтерес у ній;
- були в дефіциті громадянські традиції взаємодії та довіри.

**Північні регіони** відрізнялися громадянською активністю та участю людей у вирішенні суспільних проблем.

### У північних регіонах громадяни:

*«... залучені до вирішення публічних проблем, а не до патрон-клієнтських відносин і не до персоналістської політики.*

*Люди довіряють один одному, розраховуючи на те, що всі поведуться справедливо та законослухняно.*

*У таких регіонах лідери вирізняються відносною чесністю. Вони вірять у народне правління, вони схильні вступати у компроміси зі своїми політичними супротивниками.*

*І рядові громадяни, і лідери приймають тут умови рівності. Соціально-політичні структури організовані горизонтально, а не ієрархічно. У спільнотах такого роду цінуються солідарність, громадянство, співробітництво і чесність.*

*Управління здійснюється ефективно».*



## Значення довіри у суспільстві

- ✓ Під довірою розуміють відкриті, позитивні взаємини між людьми, що ґрунтуються на впевненості в порядності та доброзичливості іншої людини, з якою сторона, яка довіряє, перебуває в певних політико-комунікаційних відносинах.
- ✓ Довіра може мати різноманітний характер, зокрема особистий, політичний, економічний.
- ✓ Ознакою особистої довіри є відвертість, готовність ділитись інформацією тощо.
- ✓ Політична довіра передбачає готовність електорату делегувати владні повноваження певному політичному суб'єкту.
- ✓ Саме довіра визначає всебічний прогрес суспільства.
- ✓ Довіра є одним з найважливіших чинників зростання добробуту суспільства, його політичного розвитку, оскільки фактично кожна угода має елемент довіри, особливо довготермінова угода.
- ✓ Довіра сприяє співпраці, адже чим вище рівень довіри у суспільстві, тим вище ймовірність співпраці.
- ✓ Доведено, що країни, які мають високий рівень довіри, розвиваються краще, ніж країни з низьким рівнем довіри. Усі сфери життя суспільства – економіка, політика, право – функціонують більш продуктивно, з більшою користю для членів суспільства.

## Соціально-економічна теорія ігор. Гра «Дилема в'язня»

Два чоловіки разом скоїли злочин, були затримані і поміщені в різні камери, щоб виключити спілкування між ними. Щоб примусити їх зізнатися, кожному окремо було запропоновано три варіанти:

- 1) якщо один з вас зізнається, а другий – ні, то того, хто зізнається, буде відпущено на волю, а другий отримає 9 років ув'язнення;
- 2) якщо ви обидва зізнаєтеся – отримаєте по 5 років кожний;
- 3) якщо обидва будете мовчати – отримаєте по 2 роки.

ПЕРШИЙ В'ЯЗЕНЬ	ДРУГИЙ В'ЯЗЕНЬ		
	ВИБІР ДІЇ	МОВЧАТИ	ЗІЗНАТИСЯ
МОВЧАТИ		2;2 (4)	9;0 (9)
ЗІЗНАТИСЯ		0;9 (9)	5;5 (10)



Який найбільш вірогідний результат і чому?

Що потрібно для того, щоб в'язні вибрали стратегію мовчати?



## Тест:

**Як ви вважаєте, більшості людей можна довіряти чи краще завжди бути насторожі?**

1. Можна довіряти.
2. Краще бути насторожі.

**Як ви вважаєте, більшість людей намагаються допомагати іншим, чи вони переважно переслідують власну вигоду?**

1. Намагаються допомагати.
2. Переслідують власну вигоду.

**Чи згодні ви з висловлюванням: «Майже кожна людина піде на обман, якщо це буде їй вигідно».**

1. Ні, не згоден/на.
2. Так, згоден/на.

## Коли має значення довіра?

- Коли результат взаємодії для вас залежить від дій іншої людини або групи людей (колективного актора), тобто коли ви робите дію, яка ставить вас у залежність від намірів, здатностей, майстерності, кваліфікації інших людей. При цьому результат для вас непередбачений.
- Більшість соціальних взаємодій має такий характер.

### Причини

- 1) Взаємодії розтягнуті у часі. Ви спочатку довіряєте щось, а результат буде відомий потім, і він залежить від намірів і здатностей партнера.
  - 2) Навіть при одномоментному обміні ви не завжди можете знати якість того, що отримуєте взамін.
- Важко переоцінити роль довіри у житті. Усе повсякденне життя людини пронизане довірою, осмисленою або неусвідомленою (прихованою).

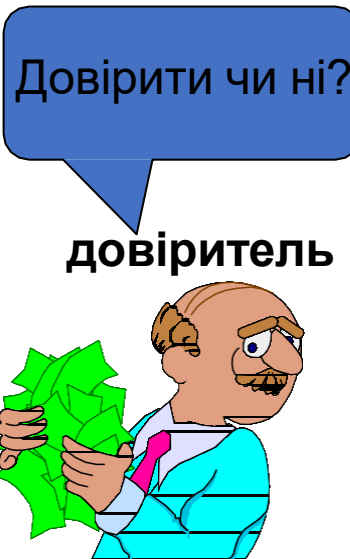
## Акт довіряння як крок від свободи до залежності, якій відкриває нові можливості

довірена особа



Ресурси або право на контроль над ресурсами

соціальна ситуація



**Довірена особа** – індивідуальний або колективний актор, який має волю і наміри.

Головні ознаки ситуації, в якій здійснюється **акт довіряння**, – **вразливість** довірителя і **непередбачуваність** дій довіреної особи, і, як наслідок, – **невизначеність** результату дії.

- **Ресурси** – це власність людини, яка цінується іншими людьми і може стати основою та спонукальним мотивом взаємовідносин.
- Це не тільки матеріальні, фінансові ресурси.
- Можна передавати **право на контроль ресурсів**, наприклад, на контроль здоров'я, зовнішньої привабливості, **право розпоряджатися** своєю владою, авторитетом, здібностями, діями, часом; право **контролювати можливості**.

## Роль довіри в житті людини і суспільства

- Важливість довіри для соціального життя часто залишається непоміченою до тих пір, поки вона не починає руйнуватися, загрожуючи стабільності соціальних відносин, багато з яких приймаються на віру, не осмислюються людьми, мають автоматичний характер.
- Часто, коли ми довіряємо, довіра не здається нам проблематичною, ми навіть не замислюємося, чи варто це робити, чи ні. І тільки коли усвідомлюється загроза нашому життю, власності, репутації, здоров'ю, перед людиною виникає осмислений вибір альтернатив: довіряти чи ні.
- Скрізь, де є інституціалізований поділ ролей, соціальна кооперація, партнерство, необхідна довіра.
- Коли життя суспільства досить стабільне, у людей менше приводів замислюватися про довіру. Якщо ж у суспільстві відбуваються великомасштабні кризи, різкі зміни, тоді недовіра просочує більшість сфер суспільного життя, руйнуючи його.

## Важливість довіряння і довіри для суспільства

Для розвитку суспільства важливо, щоб було якнайбільше актів довіряння в усіх проявах (в торгівлі та обмінних взаємодіях, у співробітництві, розподілі ролей, соціальній кооперації), тому що завдяки акту довіряння можна досягти більших результатів меншими ресурсами, задовольнити взаємно пов'язані інтереси і потреби.

Суть довіри в особливому стані довірителя, стані прийняття можливості покластися на довіреного, який має волю і наміри; у прийнятті можливості покластися на нього, не альтруїстично передати йому ресурси або права на контроль ресурсів і майбутніх подій.

Довіра є станом готовності до дії довіряння.

Між суб'єктом довіри та об'єктом завжди залишається якась непереборна дистанція, яка стає неproblemатичною завдяки самій довірі.

Довіра «знімає», бере в дужки побоювання втрат при взаємодії і сприяє тому, що люди сміливіше роблять довіряння – взаємодіють, наймають когось для виконання певних послуг, кооперують з іншими.

## «Замінники» та «підсилювачі» довіри

Акт довіряння має дві важливі риси:

- **Вразливість** довірителя: він робить довірителя вразливим і залежним від подальших дій довіреного
- **Невизначеність** подальших дій довіреного.

Що роблять люди, щоб зменшити вразливість довірителя?

- «Ви тільки спробуйте, скуштуйте!»
- «Ви можете повернути товар!»
- Умови договору про відшкодування збитків
- Страхування
- Залучення посередників (експертів-радників, гарантів та підприємців).

Що роблять люди, щоб зменшити невизначеність щодо дій довіреного?

- Встановлення особистих стосунків
- Закони, норми і правила
- Підписання договору
- Ритуали і клятви
- Кодекси
- Репутація і гудвіл

Гудвіл (good will, «добра воля») - це вартість ділової репутації, тобто економічне відображення ділової репутації підприємства, вартість ділових зв'язків, престиж суб'єкта господарювання.



## Довіра конкретна і узагальнена



- Наявність чи відсутність довіри залежить від характеру і цінності ресурсів, права на контроль яких передаються, і від контексту взаємодії.
- Одному й тому об'єкту довіри можна довіряти щось одне, але в жодному разі не довіряти щось інше; довіряти в одній ситуації і не довіряти в іншій.
- Уявлення про довіреного має у своїх сценаріях обіцяти вигоду від передачі йому ресурсів.
- У цьому сенсі довіра завжди актуалізується в конкретних ситуаціях взаємодії щодо конкретних ресурсів.

Проте це не заважає людині робити деякі узагальнення, оцінюючи в цілому, поза контекстом, чи довіряє вона конкретному потенційному партнеру.

При цьому відбувається деяке узагальнення всіх типових переданих ресурсів і ситуацій взаємодії з цим партнером.

## Узагальнена довіра

Довіритель може узагальнювати як передані ресурси/права чи ситуації взаємодії. По-різному абстрактним може бути довірений, від конкретних людей до деяких соціальних груп або категорій; від конкретних представників до організації чи соціальних інститутів загалом.

- Чи довіряєте ви вашим сусідам?
- Комуністам?
- Вашому дільничному інспектору?
- Поліції загалом?
- Органам місцевого самоврядування?
- Державі в цілому?
- Більшості людей?

Довіра як конкретним, так і абстрактним акторам залежить від сформованого суб'єктивного уявлення про ці актори.

Це уявлення залежить від усього минулого життєвого досвіду, від інформації, отриманої від інших людей, від особливостей процесів типологізації, властивих самому довірителю.

## Суспільна та соціальна довіра

Ці два поняття мають схоже значення, але не є синонімами, хоча в деяких наукових роботах ці терміни тотожні.

**Суспільна довіра** – це рівень довіри, який громадяни мають до інституцій суспільства (норм, правил, традицій тощо) та інститутів суспільства, таких як уряд, медіа, бізнес, наука, релігія тощо.

**Соціальна довіра** – це рівень довіри, який люди мають один до одного у своїх особистих, професійних або громадських відносинах.

Соціальна довіра відображає ступінь довіри до сусідів, колег, друзів, родичів тощо.

Соціальна та суспільна довіра впливають на якість міжособистісних комунікацій, соціальної підтримки та соціального капіталу.

## Загальна довіра

- В усьому світі **загальна довіра** як довіра до людей за межами близького кола вважається важливим чинником політичного, економічного та соціального прогресу.
- Вона відображає ступінь згуртованості, співпраці та солідарності суспільства, а також його здатність до розвитку та реформ.
- Загальна довіра вимірюється соціологами через відповідь на запитання «Як ви вважаєте, більшості людей можна довіряти чи потрібно бути обережним у спілкуванні з людьми?»
- Кількість тих, хто довіряє більшості людей, є важливим соціальним фактом, який визначає подальший успішний розвиток як громад, так і країни в цілому.
- За даними за 2020 р., в Україні 30% опитаних вважали, що більшості людей можна довіряти, і відсоток таких людей зріс проти 2011 року на 5%.
- Польща, Франція, Іспанія, Угорщина, Італія мають середньо-низький рівень загальної довіри (~20–30%), а, наприклад, Бразилія, Мексика, Кенія, Індія, Малайзія, Індонезія, Марокко – суспільства з наднизькою загальною довірою (<10%).
- Найвищий рівень цього показника у країнах Скандинавії, Німеччині, Нідерландах та Великій Британії (~60–90%). Середньо-високий – у США, Канаді, Австралії (~40–60%).

## Природа довіри

- Схильність довіряти/не довіряти формується з раннього дитинства.
- Довіра/недовіра залежить від уявлення довірителя про довіреного. Тому вона залежить від особистого досвіду людини і знань, які вона засвоює від інших людей. Людина успадковує від свого оточення знання, додає власний досвід та структурує все це в соціальні уявлення.
- Бути довірливим – це добре чи погано?
- Уявлення людини про соціальний світ створює своєрідну «матрицю» довіри/недовіри.
- Соціальна реальність щосекунди породжується взаємодіями людей.
- Матриця довіри фактично є геном, який відтворює соціальну реальність. Живуть, відтворюються і розвиваються лише ті відносини, де є довіра, осмислена або прихована.

## Матриця довіри

Чи довіряєте ви?	Так	Скоріше так	Не визначився/лася	Скоріше ні	Ні
Сусідам					
Конкретно...					
Родичам					
Конкретно...					
Жителям вашого району/громади					
Юридичним особам...					
Органам влади...					
Поліції...					
Церкві...					
Медицині...					
.....					



## Взаємодія за відсутності гарантії щодо дій партнера

Є два актори, які взаємодіють.

У кожного є дві стратегії: співробітництво або заподіяння шкоди.

Результат від дій для кожного учасника залежить від стратегії, що вибрана іншим.

Якщо результат для кожного актора оцінювати від -2 (максимальні втрати) до +2 (максимальна вигода), то модель взаємодії можна представити таким чином:

ПЕРШИЙ АКТОР	ДРУГИЙ АКТОР		
	ВИБІР ДІЇ	СПІВРОБІТНИЦТВО	ЗАПОДІЯННЯ ШКОДИ
СПІВРОБІТНИЦТВО		1;1 (2)	-2;2 (0)
ЗАПОДІЯННЯ ШКОДИ		2;-2 (0)	-1;-1(-2)

Перше та друге число у клітинках показують результат від дій для кожного актора, а число у дужках – результат для всіх разом.

- «Дилема ув'язненого» застосовна як модель взаємодії для широкого кола соціальних ситуацій, у яких учасники знають, що всім вигідніше було би співробітництво, але відсутність гарантій належної поведінки партнерів призводить до негативних наслідків для всіх загалом.
- Взаємодія на кшталт «дилеми ув'язненого» ймовірніша за таких умов: 1) актори раніше були знайомі; 2) вони не взаємодіятимуть надалі; 3) інформація про результати їхньої взаємодії не пошириться серед знайомих.
- Але і в інших ситуаціях, коли немає повної довіри між партнерами, взаємовигідного співробітництва не відбувається через загрозу бути ошуканим (тобто зазнати втрат).
- Багато явищ соціального життя, які раніше вважалися прикладом нераціональної поведінки або загадковим впливом натовпу, наприклад, паніка в охопленому полум'ям театрі, коли люди, що біжать, створюють затор у дверях, і в результаті ніхто не рятується, тепер стали зрозумілі як приклади раціональної поведінки за відсутності гарантій щодо дій інших.

## Довіра як основа взаємовигідного співробітництва

У «дилемі ув'язненого» всі учасники мають колективний інтерес кооперувати, який одночасно підривається своїм бажанням зірвати куш і страхом бути обдуреними іншими, потрапити в халепу. Ця ігрова ситуація поставила питання про роль довіри між учасниками, без якої співробітництво неможливе.

Ситуацію «дилеми» буде подолано, якщо:

- 1) сторони кооперативної угоди довіряють одне одному, тобто вірять, що інші учасники взаємодії дотримуватимуться угоди;
- 2) кожен учасник має мотивацію чесно та справедливо підтримувати угоду.

Висновок: довіра є основою взаємовигідного співробітництва.

## Що потрібно для вибору стратегії співробітництва?

**1) довіряти партнеру** – добре знати свого партнера, його репутацію, потреби, інтереси, правила дій тощо. Це потрібно для визначення області спільних інтересів, передбачення його намірів, пріоритетів, мотивації до співробітництва.

**2) зробити так, щоб партнер нам повністю довіряв** – був упевнений у нашій готовності йти на співробітництво.

Для цього треба відкритися партнеру, показати спільні з ним інтереси та цілі, узгодити пріоритети, показати свою репутацію, принципи, відповідальність, професіоналізм.

## Роль довіри у відносинах агентства

Суть взаємин «принципал – агент» полягає в тому, що принципал (наприклад, певна особа) доручає найнятому ним за певну винагороду агенту (сантехніку, няні, управителю багатоквартирного будинку, стоматологу, банку, навчальному закладу, лікарні, поліції тощо) діяти від його імені в інтересах максимізації добробуту принципала.

Фактично у відносинах громада – влада громадянин є принципалом, а ОМС, державна влада є агентами, які мають діяти в інтересах максимізації добробуту громадянина.

Коли агент – це теж індивід, форми соціального контролю його дій – це встановлення особистих постійних стосунків, норми і правила, підписання договору, професійні кодекси, репутація тощо.

Коли довіритель – індивід, а довірений – корпоративний актор (наприклад, ОМС), довіра/недовіра набуває безособистісної форми. І корпоративний агент сам зацікавлений впроваджувати заходи і процедури соціального контролю над своєю діяльністю.

## Заходи контролю у відносинах з колективним агентом

До заходів контролю відноситься таке:

- 1) Системи процедурних норм, що максимально враховують усі можливості для зловживань і обмежують дії агентів. Вони встановлюють відсутність особистої зацікавленості, повну і чесну відкритість, рольову компетентність, старанність, обов'язки агентів, що відповідають очікуванням «розумної людини» за цих обставин.
- 2) Моніторинг та обмеження, що реалізуються за допомогою зовнішніх організацій. Це і органи державного регулювання, і професійні асоціації, і страхові компанії, і різноманітні громадські організації. Крім того, самі корпоративні агенти створюють у своїй структурі підрозділи, які стежать за виконанням норм сумлінного агентства.
- 3) Процедури відбору. Принципали, які не в змозі самостійно вибрати сумлінних агентів і проконтролювати їхню діяльність, часто змушені вдаватися до допомоги агентів другого рівня, контролерів і спостерігачів. Процедури відбору враховують рекомендації, номінації, професійні ліцензії, сертифікати, акредитації та багато інших оцінок сумлінності та професіоналізму.



## Заходи контролю у відносинах з колективним агентом

- 4) Охоронні механізми. Організації-контролери здійснюють моніторинг діяльності агентів і застосовують санкції до порушників. Ця додаткова форма соціального контролю полягає в аудиті документації агента, в несподіваних інспекціях, у проведенні прихованих спостережень, у роботі зі скаргами принципалів. Часто і самі організації-агенти створюють позицію внутрішнього контролера, в обов'язки якого входить робота зі скаргами та інша діяльність, спрямована захист інтересів принципалів.
- 5) Розподіл ризику, гарантії та страхування. У деяких видах відносин агентства добросовісність та професіоналізм агента можуть бути оцінені лише через деякий досить тривалий час. Тому нормативний та соціальний контроль поточної діяльності агента втрачає сенс. Деякі інституції передбачають цей факт і пропонують заздалегідь захист від майбутніх можливих зловживань або компенсацію за невиконання зобов'язань агентом.

## Що потрібно для співробітництва та партнерства ОМС та громади?

### З боку ОМС:

- Добре знати свою громаду, її потреби, інтереси, правила дій, традиції й історію. Це потрібно для визначення області спільних інтересів, пріоритетів, мотивації до співробітництва/партнерства, передбачення намірів громади.
- Демонструвати довіру до громади. Висвітлювати, як ОМС довіряє громадськості формувати владні рішення.
- Зробити так, щоб якнайбільше представників громадськості повністю довіряли ОМС, тобто були впевнені у готовності ОМС до чесного і професійного співробітництва.

### Для цього треба:

- ✓ Повна прозорість діяльності ОМС.
- ✓ Ефективна система процедурних норм, що максимально попереджують усі можливості для зловживань, встановлюють відсутність особистої зацікавленості, повну і чесну відкритість, рольову компетентність, старанність.
- ✓ Внутрішній контроль доброчесності і зовнішній контроль з боку громадських організацій.
- ✓ Демонстрація спільних із громадою інтересів та цілей, відданості інтересам громади.
- ✓ Узгодження пріоритетів із громадою.
- ✓ Показати свою репутацію, принципи, відповідальність, професіоналізм, людяність.

## Що потрібно для співробітництва та партнерства ОМС та громади?

### З боку громадськості:

- Добре знати ОМС, нормативне визначення їхньої діяльності, завдання (стратегічні і поточні), проблеми і потреби, інтереси, правила дій, традиції комунікацій. Це потрібно для визначення області спільних інтересів, пріоритетів, мотивації до співробітництва/партнерства, передбачення намірів ОМС.
- Демонструвати довіру до ОМС. Подолати упередження щодо місцевої влади.
- Зробити так, щоб ОМС довіряли представникам громади, принаймні її активу, тобто були впевнені у готовності активу громади до доброго і кваліфікованого співробітництва.

#### Для цього треба:

- ✓ Повна прозорість і публічність діяльності громадських організацій
- ✓ Демонстрація спільних з ОМС інтересів та цілей, відданості інтересам громади
- ✓ Узгодження пріоритетів з ОМС
- ✓ Демонстрація своєї репутації, принципів, відповідальності, професіоналізму, людяності

## Чому стратегія win-win є найбільш вигідною для учасників

Повторювана «дилема ув'язненого».

При одноразовій взаємодії актор може отримати зиск лише у двох випадках:

- коли і він, і партнер обирають «співробітництво»,
- коли йому вдається обдурити довірливого партнера. Однак обдурити його можна лише один раз, тому що вдруге він ніколи не вибере стратегію співпраці з цим партнером.

Ситуація істотно змінюється, якщо відомо, що взаємодія з цим опонентом повторюватиметься.

В цьому випадку «відступництво, вчинення шкоди» вже не буде домінантною стратегією.

Якщо в першій взаємодії актор вибрав «співпрацю», а його опонент – «відступництво» і таким чином отримав миттєву вигоду, то в наступних випадках актор ніколи більше не піде на співпрацю, що призведе до серії взаємних втрат.

У разі повторюваної «дилеми ув'язненого» раціонально буде в першій ситуації свідомо піти на можливі втрати і вибрати «співробітництво» для того, щоб побачити, як відповість опонент.

## Чи небезпечно довіряти?

Турнір стратегій, описаний у книзі Р. Аксельрода «Еволюція кооперації».

### Які стратегії мінімізують втрати від несумлінної співпраці?

Стратегія «ти мені, я тобі» («tit-for-tat»): завжди першим йди на співпрацю, а потім повторюй дії партнера.

### Які висновки можна зробити:

- Для успіху в житті треба якнайбільше йти на співробітництво, довіряти і демонструвати довіру партнеру. Навіть якщо тебе дехто і обмане, згодом ти навчишся відрізнити обманщиків, а вигода від співпраці буде значно більша, ніж втрати. Не будеш співпрацювати – втратиш вигоду. *«Усі ваші життєві можливості ходять на двох ногах».*
- Ніколи не варто демонструвати недовіру до людини. Ви унеможлиблюєте співпрацю, взаємодію з нею і стимулюєте її до вибору стратегії «чинити шкоду». Демонструючи недовіру ви провокуєте до недовіри і нечесності.
- Вступаючи у взаємодію, зацікавте партнера продовженням співробітництва у подальшому (тобто грайте у повторювану «дилему в'язня»). Це стимулює до чесного співробітництва.

## Які висновки можна зробити (продовження слайду):

- У постійному соціальному оточенні зробіть так, щоб ваші потенційні партнери знали вашу позицію: *«Я спершу довіряю кожному, вступаю у взаємодію, а далі підтримую взаємодію лише з тими, хто чесно і добросовісно виконує домовленості»*. Тоді можна сміливо йти на співробітництво.
- Довіряти людям зі свого постійного кола безпечніше, проте найбільше можливостей для людини є поза цим колом.
- Загальна довіра (як довіра до більшості людей) забезпечує «трамплін», завдяки якому людина може вирватися з обмеженого кола людей, пов'язаних зобов'язаннями, у широкий світ можливостей.
- Загальна довіра, як довіра до людей у цілому, звільняє людину з полону безпечних і стабільних відносин довіри, побудованих на взаємних зобов'язаннях. Людина сміливо вступає у взаємодію з незнайомими людьми, які більш підходять для вигідного співробітництва.



## Людський та соціальний капітал

- Людський капітал — це інтелект, здоров'я, знання, якісна і продуктивна праця і якість життя.
- Крім кваліфікації та знань, людський капітал включає здатність людини утворювати з іншими людьми певну спільність, що має найважливіше значення не тільки для господарської діяльності, але буквально для всіх аспектів суспільної життя.
- Здатність вступати у відносини з іншими людьми і до колективних дій і собі залежить від того, якою мірою ті чи інші співтовариства дотримуються схожих норм і цінностей і можуть підкоряти індивідуальні інтереси окремих особистостей інтересам великих груп.
- Зі спільних цінностей виростає довіра, яка має велику і цілком конкретну економічну цінність.
- Соціальний капітал людини – це її відносини з іншими людьми, через які вона має доступ до ресурсів інших людей. Він виникає між людьми тоді, коли відносини для людей змінюються в такий спосіб, щоб полегшувати дії.
- Якщо людський капітал втілений у самих людях, то соціальний – у відносинах між ними.
- Як і інші форми капіталу, соціальний капітал сприяє продуктивній діяльності людей.

# Довіра як соціальний капітал

- ✓ Спільнота, заснована на взаємній довірі, має соціальний капітал. Найбільш дієві організації та найбільш успішні спільноти складаються з людей, які поділяють загальні етичні цінності.
- ✓ Успішні співтовариства побудовані не на явних правилах і розпорядженнях, але на безлічі етичних звичаїв і взаємних моральних зобов'язань, засвоєних кожним членом спільноти.
- ✓ Правила та звичаї дають членам спільноти основу для взаємної довіри.
- ✓ Рішення та дії, що підтримують співтовариство, ґрунтуються не на вузькому економічному особистому інтересі.
- ✓ Кожен актор мотивований чимось великим.
- ✓ Соціальний капітал – це можливості, що виникають з наявності довіри у суспільстві чи його частинах. Він може існувати і в сім'ї, і у цілого народу.
- ✓ Соціальний капітал зазвичай створюється через комунікацію та кооперацію і передається за допомогою культурних механізмів – через релігію, традиції та звичаї.

## Як виникає довіра і співробітництво?

### Що важливіше для суспільства – довіра чи співробітництво?

Є дві позиції соціальних вчених:

- 1) важливим є співробітництво, а довіра є побічним продуктом співробітництва.
- 2) без довіри співробітництво неможливе, адже для співпраці необхідний певний рівень довіри.

### Хто ж має рацію?

Прояснити це може відповідь на запитання «Як виникає довіра і співробітництво?»

Р. Аксельрод «Еволюція кооперації»: Як виникає довіра навіть між ворогами?

Становлення довіри і співробітництва як ланцюгова реакція.

Довіра до влади та успішна участь громадськості є явищами, які обумовлюють одне одного:

успішний досвід взаємодії влади і громади для досягнення спільних цілей укріплює довіру, а вона своєю чергою створює підґрунтя для взаємодії із ще більшими витратами енергії, часу і ресурсів для досягнення нової спільної мети.

Довіра до влади і громадська партисипація, розвиваючись через поступове накопичення успішного досвіду досягнення спільних цілей, запускають «ланцюгову реакцію» розквіту територіальних громад і країни в цілому.

## Музафер Шериф: Есперимент із групового конфлікту



## Проблеми при досягненні спільного неподільного блага

Двом особам, кожній окремо, запропонували вкласти по 90 грн у спільну справу або не вкладати нічого.

Кожні вкладені 30 грн дають прибуток 10 грн (тобто вклали 90 грн, отримали 120 грн)

Кінцева сума буде розділена між обома учасниками незалежно від того, вкладав він гроші, чи ні.

	ДРУГИЙ АКТОР		
ПЕРШИЙ АКТОР	ВИБІР ДІЇ	ВКЛАСТИ 90	НЕ ВКЛАДАТИ
	ВКЛАСТИ 90	30;30 (60)	-30;60 (30)
	НЕ ВКЛАДАТИ	60;-30 (30)	0; 0 (0)

Висновок: раціональній людині не вигідно брати участі у створенні спільних неподільних благ.

**Що треба зробити, щоб досягти спільних неподільних благ?**

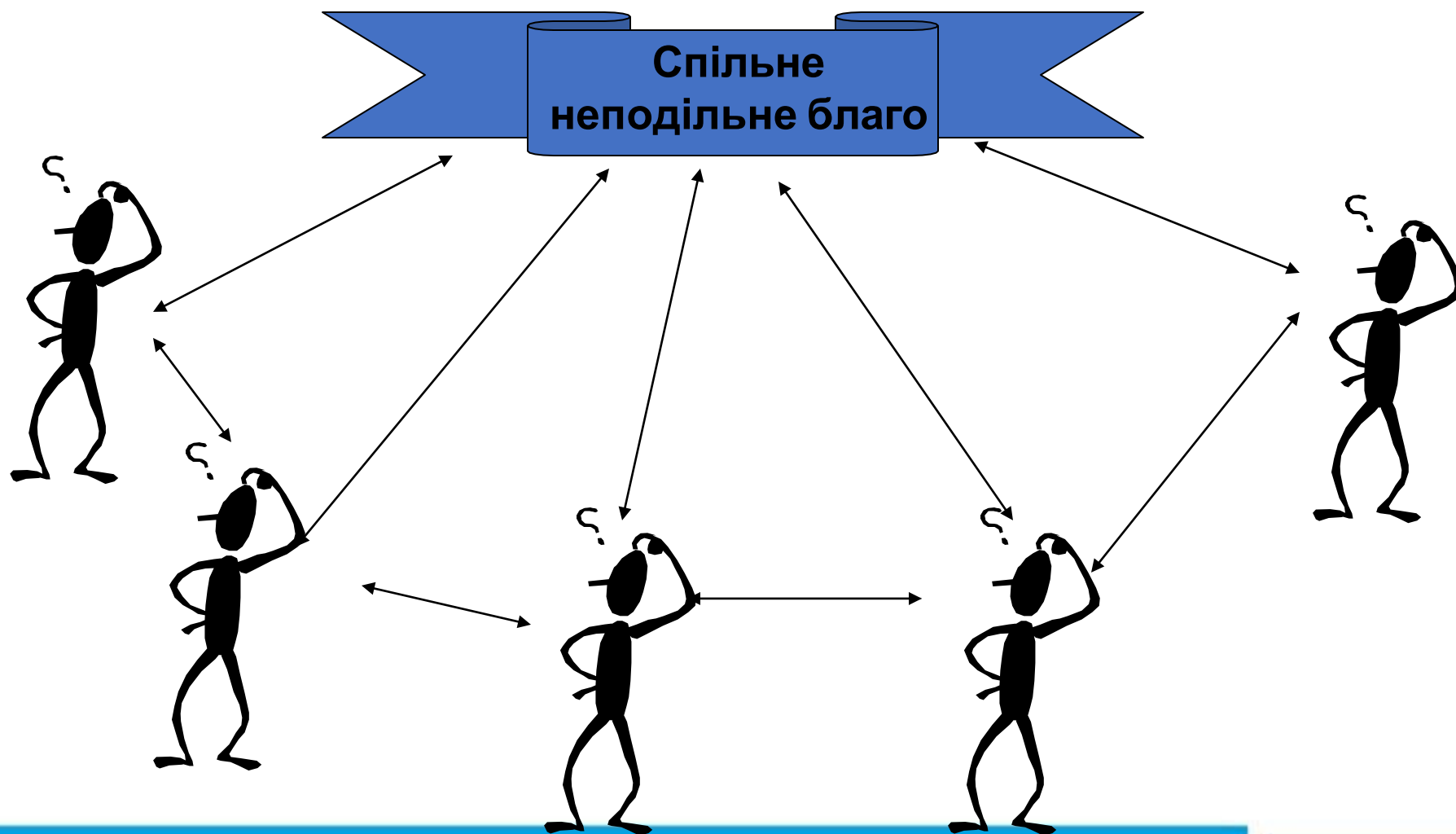
## Що ж треба, щоб люди вкладали ресурси у створення спільного неподільного блага?

Потрібно, щоб вони мали можливість та право контролювати дії один одного або була третя сторона, якій передані права на контроль дій учасників.

Є випадки, коли спільне благо може бути досягнуто навіть за відсутності взаємного контролю.

Це ті ситуації, коли учасники усвідомлюють критичну важливість і величезну цінність цього спільного блага. Тобто варіант «ніхто не вкладав, ніхто нічого не отримав» розглядається як неприпустимий через велику значущість цього спільного блага для всіх учасників.

## Проблема безбілетника





## Проблема безбілетника і теорія колективних дій

**Проблема безбілетника («free riders problem»)** – теоретична модель поведінки групи людей, метою яких є досягнення «спільних благ» (неподільних, але потрібних багатьом людям і створюваних завдяки діям багатьох людей).

**Є протиріччя:** раціональні люди, керовані особистим інтересом, не будуть ефективно діяти на збільшення спільних благ.

Традиційно прийнято вважати, що група чи організація плідно працюватиме, якщо в учасників є спільний інтерес. Але в багатьох випадках відбувається зворотне через те, що індивіди приймають рішення незалежно один від одного, не маючи гарантій щодо поведінки інших учасників.

Якщо припустити, що кожен актор у групі раціональний і дбає про те, як би збільшити власний прибуток і зменшити витрати, то найбільш вірогідною поведінкою буде «проїхати безкоштовно» (в англійському варіанті – «to take a free ride») – не обтяжувати себе зайвими витратами в надії, що інші члени групи будуть активно працювати на загальне благо.

У результаті всі учасники стають «безбілетниками», і група не може реалізувати свій інтерес у спільному благу.

## Причини відмовитися від колективних дій

Поведінка кожного учасника добре пояснюється з особистої раціональності: не витрачаючи зусиль, у разі досягнення блага він теж ним користуватиметься, оскільки результат неподільний; якщо благо не досягнуто, то й він нічого не втратив, хоч і не придбав.

- ✓ Людина може сумніватися, чи братимуть інші люди участь у досягненні цього блага. Якщо не будуть, то і вона може даремно витратити час і зусилля.
- ✓ Людина може не вірити, що це благо в принципі можна зараз досягти.
- ✓ Людина може не знати, яких зусиль від неї буде потрібно для досягнення цієї спільної мети.
- ✓ Людина може сподіватися на те, що інші братимуть участь, а вона потім користуватиметься цим неподільним благом.

Формально проблема трамвайного «зайця» подібна до багатовимірної «дилеми ув'язненого»: у людини немає довіри до партнерів, немає гарантій, що інші також діятимуть для досягнення спільного блага.

І чим більше таких сумнівів, тим швидше людина стане «безбілетником».

## Що примушує людей до колективних дій для досягнення спільних неподільних благ?

- Розмір колективу.
- Можливість враховувати вклади кожного учасника.
- Співвідношення вигоди до витрат: якщо вигода від досягнення загального блага велика, а витрати малі, то люди скоріше за все діятимуть для досягнення спільної мети.
- Передбачуваність витрат: необхідно зробити витрати доступними, осяжними, передбачуваними; показати, що ця загальна мета легкодосяжна.
- Стратифікація вигод у групі: якщо учасники в результаті досягнення будь-якого спільного блага отримують переваги, що відрізняються у вигоді, то, найімовірніше, благо буде досягнуто.

При досягненні будь-якого спільного блага важлива ідеологія, що підвищує у свідомості людей цінність цього блага.

При виборі людиною рішення, чи брати участь у досягненні загального блага, конкурують егоїстичні та альтруїстичні мотиви. Егоїстичні мотиви і різноманітні побоювання сприяють відмові від участі у колективних діях. Тому для організації колективних дій необхідна цілеспрямована і добре розроблена інформаційна кампанія.

## Завдання інформаційної кампанії для організації колективних дій

Важливо передбачити якнайбільше різних причин побоювань і мотивів відмови людей від участі у досягненні спільних благ і спробувати нейтралізувати їхню дію.

В інформаційній кампанії потрібно:

- ✓ звести до мінімуму сумніви щодо того, що інші люди намагатимуться “проїхати зайцем”;
- ✓ розвіювати думки про те, що спільна мета зараз недосяжна;
- ✓ конкретизувати, у чому полягає участь кожної людини, які для цього потрібні витрати зусиль та часу;
- ✓ обов'язково посилювати у свідомості людей цінність і необхідність майбутнього спільного результату;
- ✓ порівнювати невеликі витрати та значний результат.

## Як нейтралізувати бажання людини отримати спільне благо задарма?

Участь людини у колективних діях залежить:

- ✓ від почуття власної відповідальності за майбутнє своєї групи, міста чи країни;
- ✓ від того, наскільки людина ідентифікує себе із групою, відчувається частиною деякої спільноти «ми».

Без пріоритету колективних інтересів над особистими люди не можуть досягти жодних колективних благ.

Очевидним є висновок: треба відроджувати поняття «ми» у свідомості людей. І це «ми» щоб було не просто «сім'я», «друзі», «найближче оточення», а щось більше: ми – громада, ми – українці.

На почуття приналежності людини до деякої спільноти передусім впливають два фактори:

- ✓ наскільки позитивною та привабливою сприймається людьми ця спільність;
- ✓ наскільки часто людина має можливість з радістю відчути себе частиною «ми».

## Акценти в інформаційній кампанії для досягнення спільних неподільних благ

- ✓ Важливо постійно наголошувати на досягненнях представників своєї спільноти – перемогах, перевагах – порівняно з іншими групами.
- ✓ Потрібно відроджувати гордість людини за те, що вона теж має відношення до здобутків своєї групи.
- ✓ Потрібно якнайчастіше надавати людям можливість відчувати себе частиною спільноти: на святах, спортивних змаганнях, «суботниках», громадських слуханнях тощо.

## Акценти в інформаційній кампанії для досягнення спільних неподільних благ

У кожної людини переважає один із трьох типів соціальних ціннісних орієнтацій:

- ✓ кооперація (намагаються збільшити свою вигоду, як і вигоду інших);
- ✓ індивідуалізм (намагаються збільшити тільки свою вигоду);
- ✓ конкуренція (намагаються збільшити свою перевагу над іншими).

Ті, хто налаштований на кооперацію, більш схильні до участі в колективних діях.

Для інших типів орієнтацій необхідно шукати «свої» аргументи для їхньої відмови від егоїстичних мотивів.

- ✓ Людям із другої категорії необхідно пояснювати, що деякі види благ неможливо досягти тільки для себе, «відрізати частину і сховати до кишені». Такі блага, якщо існують, служать усім, і це не применшує їхню значущість.
- ✓ Для людей із третьої категорії досягнення загального блага може бути представлено, наприклад, як захоплююче змагання – конкуренцію з іншими громадами.



## Висновок з теорії ігор та теорії колективних благ

Довіра є важливим фактором, за допомогою якого можна пояснити і передбачити поведінку учасників: група, що складається з раціональних акторів, які не довіряють один одному, не здатна досягти спільних благ.

Для ефективної реалізації спільних інтересів групи необхідно створити таку ситуацію взаємодії та контролю між учасниками, яка сприяла би взаємній довірі і змушувала би відмовитися від стратегії відступництва та free ride.

## Крауд-технології партисипації

**Краудфандинг** – це спосіб залучити кошти для проєкту, ініціативи, підприємства або програми за рахунок внесків від великої кількості сторонніх осіб, які можуть бути не пов'язані ані з самим проєктом, ані із професійним бізнес-інвестуванням.

Для засновника це безризикові кошти, оскільки залучаються вони на доброчинній основі від небайдужих до можливого проєкту людей.

У сучасному світі кошти збираються переважно на онлайн-платформах, а за внесок доброчинці отримують винагороду – якісь пам'ятні речі або сертифікат на майбутній продукт, якщо його вдасться виготовити.

Краудфандингові кошти, крім фінансової допомоги, означають моральну підтримку для засновника.

Гроші не потрібно повертати, але необхідно ефективно використати, щоб не змарнувати довіру людей.

## Крауд-технології партисипації

**Краудсорсинг** – це процес, який передбачає залучення широкої групи людей для виконання завдань та подання ідей для досягнення конкретних цілей організатора.

Він використовується компаніями, державними установами та некомерційними організаціями, для яких краудсорсинг замінює традиційних працівників.

Метод краудсорсингу дозволяє не тільки зменшити витрати на процеси, але переддусім отримати знання групи людей, що особливо важливо при створенні рішень для широкої аудиторії.

Участь громадськості – широке поле для крауд-технологій. Наприклад, громадський бюджет.

За своєю моделлю ці технології ідентичні організації колективних дій.

Якщо беніфіціаром є самі вкладники, то це проблема досягнення спільних благ.

Беніфіціарами можуть бути не вкладники, а інша група. У цьому випадку акцент робиться на важливості досягнення цілі проєкту для вирішення певної проблеми групи.

## Переваги крауд-технологій

Краудфандинг є окремою формою краудсорсингу.

Використання колективного інтелекту та ресурсів дозволяють швидше вирішувати проблеми, створювати важливі речі, вибирати найкращі рішення, збирати кошти.

Краудфандинг дозволяє працювати з невеликими фінансовими витратами і одночасно знижує ризик втрачених інвестицій.

### Переваги краудсорсингу

- економія часу та грошей (група людей набагато швидше генерує ідеї, а підготовка продукту, наприклад вебсайту, однозначно дешевша, ніж оплата роботи вузькоспеціалізованої команди);
- різноманітність поданих проєктів та їхня оригінальність (багато варіантів та точок зору);
- отримання інформації про потреби та очікування споживачів;
- створення відданої спільноти;
- маркетингові та рекламні переваги.

## Історія краудсорсингу

- Джонатан Свіфт: Irish Loan Fund (1700 рік)
- Собор Паризької Богоматері у Франції
- Храм спокути Святого Сімейства в Барселоні
- Нью-Йоркська Статуя Свободи (Lady Liberty) в США
- Джефф Хау «Краудсорсінг: колективний розум як інструмент розвитку бізнесу», 2006 р.



**Сьогодні в Україні благодійність, меценатство та спонсорство стало більш звичним явищем і сприймається як обов'язковий складник життєдіяльності сучасної освіченої соціально активної людини.**

## За яких умов краудсорсинг можливий?

Щоб краудсорсинг був можливим, мають бути дотримані такі умови:

- ✓ існування організатора (фаундера, *founder*) із завданням, яке потрібно виконати;
- ✓ існування групи людей (спонсорів або бекерів, *backer*), готової здійснити це добровільно;
- ✓ існування цифрового простору, в якому проводиться робота та комунікація між організатором і спільнотою;
- ✓ існування взаємної вигоди для організатора та громади.

У Європі працює 200 краудфандингових платформ.

Американські платформи:

StartSomeGood (<https://startsomegood.com/>), Indiegogo (<https://www.indiegogo.com/>), RocketHub ([www.rockethub.com/](http://www.rockethub.com/)) та Kickstarter (<https://www.kickstarter.com/>).

Українські платформи: «Краудфандінг по Совісті», «УкрЯма», «Спільнокошт (Велика Ідея)» та «Na-Starte».



## Центральна ідея краудсорсингу

Якщо ви хочете залучити кошти для якоїсь ідеї, вам слід запропонувати складову, яка буде цікава доброчинцям.

Потрібно добре пропрацювати ідею власного проєкту. Як з погляду концепції, так і фінансово.

Ви повинні вміти легко пояснити:

- суть проєкту,
  - його цінність для суспільства,
  - скільки грошей вам потрібно,
  - як ці кошти будуть витрачені,
  - якого результату за рахунок цього ви маєте досягти.
- ✓ Потрібно, щоб люди самі хотіли, аби ваша ідея була здійснена. Натхненням може слугувати якась соціальна місія, як-от працевлаштовувати людей з особливими потребами або просто поява у місті якоїсь класної локації чи виробництва з великою кількістю робочих місць.
- ✓ Потрібно пропонувати людям досягати чогось разом, на щось разом впливати.



## Як підготуватися до краудфандингу

Важливим елементом у підготовці є продумування системи винагород, які отримають добровольці за свої внески.

Фаундер повинен приваблювати не лише своїм товаром, а і своєю справою. Адже лише так формуються відносини довіри та соціальний капітал.

Технічний момент – юридично оформити свою діяльність. Вивести кошти зі спільнокошту можливо лише на офіційний банківський рахунок. Тому фаундеру потрібно мати ФОП, ТОВ або громадську організацію.

Знайти підходящу краудфандингову платформу, зареєструватися, заповнити всі необхідні поля та підписати договір про співпрацю із платформою.

## Краудфандингові платформи в Україні

назва	посилання	Характеристика
«УкрЯма»	<a href="http://ukryama.com/">http://ukryama.com/</a>	Об'єднує тих, хто зіштовхнувся з некомпетентністю дорожніх та інших служб України, які не виконують свої зобов'язання. Вміщує багато корисної інформації та має на меті ліквідувати всі дорожні пошкодження в Україні.
«Спільнокошт»	<a href="https://biggggidea.com/">https://biggggidea.com/</a>	На платформу подають не просто ідеї, що можуть зробити Світ кращим, а й добре продумані ініціативи від активних громадян, які роблять свій внесок у розвиток сильного й відкритого суспільства. «Спільнокошт» допомагає знайти стартовий капітал для соціального бізнесу, гроші на розроблення винаходу, зйомку фільму тощо.
«Na-Starte»	<a href="http://na-starte.com/">http://na-starte.com/</a>	Нова платформа для фінансування стартапів, комерційних і суспільно-соціальних проєктів, бізнес-ідей. Функціонує як унікальний магазин-передпродаж: надаючи фінансову підтримку автору проєкту, спонсор робить попереднє замовлення на продукт або послугу, а не просто вкладає гроші.

## Обов'язкові елементи оголошення

- **Суть проєкту.** Це короткий опис на два-три речення: чим займається ваш проєкт, для кого і навіщо існує.
- **Відеопрезентація.** Запишіть мотиваційне відео, в якому розкажіть про свій проєкт та попросіть добродійців про підтримку.
- **Опис проєкту.** Тут вам слід розповісти про свій проєкт більш детально: яка мета та місія проєкту, які проблеми суспільства чи людей він вирішує та яким чином, як ви бачите розвиток проєкту – скільки інвестицій потрібно та на що вони підуть, хто працює над проєктом і що вже було зроблено. Саме в описі ви маєте переконати добродійця, що ви робите корисну справу та дійсно можете реалізувати задумане.
- **Фото та графічні зображення.** Чим менше тексту і більше мультимедіа буде у вашому описі – тим краще.
- **Винагороди.** Їх потрібно декілька – певній сумі донату має випадати якась винагорода. У «Великій Ідеї» радять робити обмежену кількість кожної винагороди. Це підвищує їхню цінність.

## Як знайти доброчинців

Краудфандингові платформи не займаються промоцією проєктів. Їхній внесок – це технічна організація збору коштів та декілька донатів від постійної аудиторії платформи. Фаундери потрібно розповісти про проєкт якомога більшій кількості людей.

При побудові комунікаційної кампанії треба відштовхуватися від стратегії «три кола»: коло довіри, експертне коло і коло успіху. Кожному презентувати свій проєкт і запросити долучитися до фінансування.

- **Коло довіри – це люди, які знають вас особисто.** Опублікуйте оголошення в соціальних мережах, а також напишіть кожному вашому знайомому мотиваційний лист із проханням підтримати ваш проєкт. Коло довіри має дати вам 30% бюджету впродовж першого тижня проєкту.
- **Експертне коло – це люди, які можуть не знати вас особисто, але вони обізнані у сфері, в якій ви працюєте.** Знайдіть таких людей на профільних заходах або в соціальних мережах (найкраще працює LinkedIn). Розкажіть про свій проєкт та попросіть дати змістовний відгук. Експерти частіше за все фондують більшими внесками. З їхньої допомогою суму зібраних коштів можна розширити до 50%. Попросіть експертів поділитися враженнями про ваш проєкт зі своєю аудиторією.
- **Коло успіху – це люди, які не знають ні вас, ні вашої сфери.** Але їм підсвідомо здається, що ви робите класні речі. Вони бажають бути частиною вашого успіху, тому вони підтримують вас, коли ви вже на відмітці 50-70% до цілі. Складовими кола успіху є друзі ваших друзів, а також аудиторія експертів. Також намагайтеся потрапити у засоби масової інформації, звертайтеся до медійних людей, які можуть надихнутися вашим проєктом та безкоштовно прорекламувати вас.

## Умови виводу коштів

- Перед початком кампанії фаундер повинен визначити суму, яку він хоче зібрати та термін, впродовж якого це має статися.
- Гроші можна отримати, якщо ціль досягнута бодай наполовину. Інакше кошти повертаються доброчинцям.
- Кошти виплачуються на офіційний рахунок підприємця з вирахуванням комісії. У платформи «Велика Ідея» вона становить 10%, якщо зібрана вся сума, та 15%, якщо зібрано менше.

*«Добрим я роблю добро і недобрим також роблю добро.  
Таким чином і виховується чеснота. Щирим я вірний, і  
нещирим я також вірний. Таким чином і виховується  
щирість»*

Лао-Цзи, чжан 49

**Дякую за увагу!**