

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ

**СТИЛІ ЖИТТЯ:
панорама змін**



Київ – 2008

ББК 60.5

С 80

С 80 **Стилі життя: панорама змін** / За ред. М.О.Шульги. — К.: Інститут соціології НАН України, 2008. — 416 с.

ISBN 978-966-02-4990-5

Коллективна монографія присвячена змінам, що відбуваються у стилях життя сучасників. Акцент робиться на тому, що стилі життя людей примножуються й урізноманітнюються. Разом із тим чимало тенденцій пронизують всі сучасні стилі життя. Такими тенденціями, на думку дослідників, є інформатизація, комп'ютеризація, віртуалізація, а також орієнтація на успіх, публіцизація, приватизація, гедонізація, карнавалізація життя. У праці розглянуто стилі життя в політичній сфері й у сфері споживання, стильове розмаїття життя владної еліти, людей похилого віку, інших соціальних груп.

Книжка розрахована на науковців, викладачів і студентів навчальних закладів, державних управлінців, тобто всіх, кого цікавлять сучасні зміни в життєдіяльності людей.

The collective work is devoted to the changes taking place in the modern life styles. First of all the publication highlights the diversifications of the lifestyles, their multiplication. The same time it presets a set of tendencies typical for the modern lifestyle in particular informatisation, privatization, ritualisation as well as success orientation, public openness, hedonisation, carnivalisation of life. It also analyses the lifestyle in political sphere of consumption, diversity of life styles of the ruling elites, senior persons and other social groups. The book is aimed at the attention of scientists, lecturers, students of high schools, public officials, everyone interested in the change of social life.

ББК 60.5

Рецензенти:

А.О.Ручка, доктор філософських наук

М.А.Ожеван, доктор філософських наук

*Рекомендовано Вченою радою Інституту соціології НАН України.
Протокол № 4 від 19 червня 2007 року.*

ISBN 978-966-02-4990-5

© Інститут соціології НАН України, 2008

Зміст

Вступ (<i>Микола Шульга</i>)	4
Розділ 1. Еволюція категорії “стиль життя” в соціології (<i>Сергій Панченко</i>)	11
Розділ 2. Спосіб життя і стиль життя (<i>Микола Шульга</i>)	25
Розділ 3. Новітні тенденції у розвитку сучасних стилів життя (<i>Микола Шульга</i>)	35
Розділ 4. Політичні стилі життя за умов суспільних перетворень (<i>Олександр Резнік</i>)	65
Розділ 5. Стилі життя правлячої еліти України (<i>Андрій Зоткін</i>)	98
Розділ 6. Новітні інформаційні технології та сучасний стиль життя (<i>Наталія Бойко</i>)	157
Розділ 7. Стиль приватного життя особистості: цивілізаційний вимір (<i>Лідія Сохань</i>)	221
Розділ 8. Орієнтація на успіх як стиль життя (<i>Микола Шульга</i>)	274
Розділ 9. Гедоністичні елементи сучасних стилів життя населення України (<i>Максим Паращевін</i>)	291
Розділ 10. Стилі споживання, властиві жителям України (<i>Микола Шульга</i>)	345
Розділ 11. Стильове розмаїття відпочинку (<i>Микола Шульга</i>)....	364
Розділ 12. Стиль життя осіб похилого віку. Проблема самотності (<i>Рима Ануфрієва</i>)	387

ВСТУП

Потреба активізації класичних категорій соціології для аналізу сучасного життя стає дедалі нагальнішою. В останні півтора десятиліття в науках про людину і суспільство увиразнилася тенденція щодо введення в обіг нових категорій і понять. Деякі з них насправді нові, проте чимало й тих, що вже давно використовуються у працях західних соціологів, але не застосовуються вітчизняними. Така “несиметричність” уваги до традиційних і модерних категорій пояснюється бажанням розширити теоретичний інструментарій науки, залучити до дослідницького простору нові категорії. Утім, одностороннє захоплення лише новітніми поняттями збіднює пізнавальний потенціал, не сприяє ані розвитку теорії, ані запровадженню наукових знань у практику. Тут не варто розпочинати дискусію з приводу здатності усталених у суспільствознавчій науці понять відображати сучасні явища. Зауважимо лише: якщо не вдаватися в крайній релятивізм у наших можливостях осягати суспільство, беззаперечним виявляється те, що традиційні, класичні поняття і категорії суспільних наук відображають сталі конструкції соціальних інститутів, глибинні, сутнісні аспекти суспільних явищ, що становлять підґрунтя соціуму. Відтак ці категорії й поняття не слід грубо, по-волонтаристському, механістично, на догоду кон’юнктурі відкидати, а поглиблювати й розвивати.

Прикладом цього може слугувати категорія стилю життя, що останнім часом є дедалі затребуванішою. Тож є сенс зробити певний дослідницький “рімейк” — адже цю категорію широко використовували чверть століття тому, зокрема соціологи і соціальні психологи, які в той час ще не виокремилися в Інститут соціології й працювали у складі Інституту філософії НАН України [1]. Більшість із них і досі активно працює в науці, тому для них привабливим є повернення до усталеної категорії на новому етапі розвитку як власного творчого життя, так і життя суспільного. Кардинальні зміни, що сталися в житті різних верств населення внаслідок трансформації суспільно-політичного ладу в Україні на початку 1990-х років, докорінно впливають на життя суспільства, формують нові стилі

життя людей. Адекватне відображення практики висуває перед теорією завдання переосмислення багатьох вихідних постулатів, розроблення нових методик дослідження, зокрема й щодо способу і стилю життя особистості. Цього вимагає й така специфіка життя українського суспільства, як поєднання найсучасніших глобалізаційних тенденцій з одночасною реанімацією застарілих, архаїчних способів існування, особливо у селах і малих містечках, зумовлених різким падінням рівня життя, руйнуванням інженерної й соціокультурної інфраструктури.

Тому в даному дослідженні зосереджено увагу на евристичному потенціалі категорії стилю життя — які аспекти соціальної практики вона висвітлює, в чому полягає її специфіка, які особливості життя особистості віддзеркалює лише вона; які методологічні й методичні перешкоди виникають у процесі імплементації цієї категорії в дослідницьку практику, зокрема в контекст соціологічного дослідження.

Увійшовши в поле методології, ми опиняємося в колі нових проблем. Річ у тім, що методологічний плюралізм, який панує сьогодні в соціології, вимагає значно суворішої самодисципліни дослідника, ніж це було три десятиліття тому, коли в нашому науковому колективі розроблялися категорії способу життя і стилю життя і коли всі виходили з одних методологічних засад. Ми маємо на увазі те, що за методологічного розмаїття дослідник має бути послідовним у дотриманні певної, обраної ним методологічної позиції, вибудовувати весь мисленнєвий ланцюг на одних світоглядних засадах і науковій картині світу. Але дослідницька практика сьогодні засвідчує, що дотриматися цього не просто. Часто-густо у наукових працях присутня “методологічна каша” — вихідні положення будуються на одній теорії, а весь матеріал подається за правилами різних підходів.

На такі труднощі наражалися й ми в теоретичному розгортанні обговорюваних нами категорій, чия надійність й аргументаційна база спирається на низку різних наукових категорій. У нашому випадку це передусім стосується категорій “життя”, “соціальне життя”, “особистість”. Останні, своєю чергою, за минулі роки помітно змінилися й ці зміни потребують перегляду категорій способу і стилю життя. Для прикладу можна розглянути категорію “особистість”. Як її розуміти? У позитивістському, марксистському, структурно-функціоналістському, феноменологічному чи постмодерністському ключі? Адже за кожного з цих підходів осо-

бистість постає по-різному. В одному випадку особистість виступає як цілісний, ієрархізований об'єкт і суб'єкт, що має сталу самоідентичність, ядро якої розгортається, змінюється, але в головному залишається тотожним самому собі, тоді як у другорядному фрагментарне, площинно-подрібнене, розірване в часі, таке, що діє за принципом стимул—реакція. Скажімо, сьогодні хтось уявляє особистість як продукт соціалізації, що має належний рівень самодостатності, як соціально-психологічну цілісність, яка розгортається в часі, відповідальна перед собою й суспільством за свої вчинки та діяння впродовж усього життєвого шляху, натомість інші (зокрема постмодерністи) — як певну порожню форму, з якою відбувається нескінченна серія соціальних і морально-психологічних змін, як ланцюг несумісних ідентичностей, які змінюються відповідно до здійснюваних особистістю життєвих проєктів, як продукт суспільних маніпуляцій. Якщо не визначитися з цього питання, ми постійно наражатимемося на контекстні ускладнення в процесі дослідження стилю життя особистості.

Аналогічні питання виникають і щодо поняття “соціальне життя особистості”. Як його тлумачити? Це цілісна послідовність подій, організованих особистістю за певних зовнішніх обставин, в які поставлено особистість, котра має власне ставлення до них, посідає в них певну позицію, чи життя — це набір послідовних у часі сюжетів певного суб'єкта, нетотожного самому собі в часі, єдність якого підтримується лише його тілесною оболонкою та ім'ям? Ці теоретичні й практичні проблеми прямо чи опосередковано обговорюються у нашому дослідженні.

Такі само проблеми виникають і щодо категорії “стиль життя”. Як соціологічну категорію її активно використовував у своїх працях іще М.Вебер. Він запропонував спосіб стратифікації суспільства із використанням поняття соціального статусу. Останній, на думку вченого, найяскравіше виявляється крізь стилі життя різних соціальних груп. Стиль життя визначається спільною для групи субкультурою і вимірюється статусним престижем. Отже, стиль життя у М.Вебера виступає як категорія, завдяки якій можна диференціювати суспільство по вертикалі. Подальшого розвитку категорія “стиль життя” набула у працях Т.Веблена, зокрема у “Теорії вільного класу” він розгорнув концепцію престижного споживання і формування соціальних категорій населення з відповідним стилем життя. Певну увагу опису й аналізу стилів життя населення великих міст приділив Г.Зіммель. Життєві стилі у сфері

дозвілля і споживання досліджував Г.Тард. До кола дослідників стилю життя можна віднести й Е.Шпрангера. Хоча він і не використовував це поняття, проте його типологія особистості розгортається як опис провідних життєвих стилів — теоретичної людини, економічної людини, естетичної людини, суспільної людини, владної людини й релігійної людини. Вважається, що це був перший період активного використання цієї категорії.

Невдовзі увага науковців до категорії “стиль життя” послаблюється на кілька десятиліть. Але в останній чверті минулого століття його знову активно використовують науковці. У західноєвропейській соціології воно набуло популярності завдяки працям П.Бурдьє, який запропонував новий підхід до вивчення стилю життя. Учений розглядав категорію стилю життя у контексті двох інших категорій — соціального поля та габітусу. Стиль життя, за П.Бурдьє, — це структурована система позицій соціального простору, котру посідає індивід, який належить до певного класу, а також його уявлення про ці позиції. Стиль життя розгортається в таких соціальних практиках, як трудова сфера, доходи, споживання, дозвілля, участь у політиці, релігійному житті, здоров’я. В останні роки стиль життя особистості був предметом аналізу У.Бека, Е.Гідденса, Б.Реймера, М.Брейка, А.Сіціньського, М.Червінського та інших дослідників. (Більш детально становлення категорії “стиль життя” буде проаналізовано у розділі 1.) У вітчизняній соціології стиль життя досліджували у 1980-ті роки, коли було підготовлено низку праць, присвячених феномену *спосіб життя*. Неабиякий внесок у розроблення цього поняття, як уже зазначалося, зробили фахівці нашого інституту. У даній монографії ми спираємося на тлумачення стилю життя, яке було розроблено тоді. Але час і зміни в суспільстві вимагають його поглиблення і модернізації. При цьому автори дотримувалися єдиного спрямування пошуку, але способи досягнення їхніх цілей, набір аргументації й понятійно-категоріального апарату віддзеркалює індивідуальність кожного з них.

Дослідники стилю життя використовують два підходи до його аналізу: 1) як властиву соціальній групі поведінку; 2) як незалежну від соціальної групи поведінку. У першому випадку вивчають стилі життя певних соціальних груп — робітників, селян, бізнесменів, інтелігенції, представників середнього класу, студентів, міських і сільських жителів, молоді і людей старшого покоління, мешканців столиці та малих містечок.

Не менш результативним може бути підхід до вивчення стилів життя як незалежної від соціальної групи суспільної поведінки.

Завдяки цьому підходу можна описати стилі життя “трудоголиків”, байкерів, “івановців”, мисливців, фанатів футбольного клубу тощо. Для нашого суспільства пізнавальний інтерес становлять обидва підходи. На нашу думку, кожен із цих підходів має право на існування.

Наближений до цих підходів, але не тотожний жодному з них такий підхід, за якого як групотвірне начало в суспільній структурі розглядається саме стиль життя. Цей підхід приваблює багатьох дослідників, бо дає змогу показати стильові особливості життя численних груп людей у суспільстві, розгорнути багатоманіття людських преференцій, показати різні системи цінностей, на які люди спираються у повсякденному житті. Разом із тим цей підхід хвибує на те, що він, по-перше, сформований для аналізу суспільств із високим рівнем добробуту, де майновий стан вже не відіграє домінуючої ролі у стильовій поведінці, у виборі форм суспільного самовираження особистості, як це відбувається у бідних суспільствах. По-друге, його недоліком, на нашу думку, є те, що він відкриває, так би мовити, послідовне описання безкінечних стилів життя, наявних у сучасному суспільстві. Утім, дослідник зазвичай у змозі описати мізерну частку цих стилів, тоді як решта залишається поза увагою, що негативно позначається на цілісному уявленні про наявні стилі життя та системному баченні їх.

У пропонованій праці ми зосередилися на пошуку найхарактерніших тенденцій у розгортанні стилів життя людей певного суспільства. За такого підходу важливо визначити провідні тенденції поведінки, діяльності, спілкування, що пронизують всі аспекти життєдіяльності людей, зафіксувати новітні явища, котрі мають перспективу стати провідними у повсякденній життєдіяльності різних соціальних груп.

Це вимагає уваги до змін у стилях життя різних груп населення, зумовлених новітніми технологіями, глобалізаційними процесами, демократизацією життя. Це явища інформатизації, комп'ютеризації, віртуалізації, а також публіцизації, приватизації, гедонізації, карнавалізації життя.

Однак це лише одна з тенденцій українських реалій. Можливо, згадані тенденції ще не стали масовими й домінуючими у повсякденному житті, адже зараз більшість населення дотримується традиційних стилів життя, що склалися й існують тривалий час. Найбільшою мірою така традиційність характерна для сільського населення та жителів малих і середніх міст. Крім того, глибока криза 90-х років ХХ століття в Україні, з якої і досі не вийшло суспільство, спро-

вокувала реанімацію низки архаїчних стилів життя. Наприклад, руйнування сфери побуту на селі відродило багато старих кустарних видів поладження взуття, одягу, меблів, інших побутових речей. Занепад медицини в сільській, та й не лише в сільській місцевості дав друге дихання знахарству, врожінню тощо.

З огляду на це в полі уваги авторів монографії перебувають питання стильової поведінки різних соціальних груп в останні роки у сферах політики, інформації, споживання, відпочинку з усіма суперечностями, властивими нашому часу. Звісно, в період історичних зламів суспільного життя, один із яких ми зараз переживаємо, коли підірвано систему сталих суспільних цінностей, окремій людині, зокрема й дослідникові, нелегко залишатися об'єктивним спостерігачем багатоманіття стильової поведінки своїх сучасників, важко передати більш-менш об'єктивно суперечливу картину суспільного життя. Щоб максимально позбутися цих перешкод, автори дослідження за основу свого аналізу брали не так власні спостереження, як дані емпіричних соціологічних досліджень, учасниками яких вони були. Першою чергою ми аналізували дані соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України "Українське суспільство", здійснюваного від 1994 року, а також двох омнібусів ІС, що були проведені у 2006 і 2007 роках, анкети яких містили спеціально підготовлені запитання за темою дослідження. Багаторівнева вибірка всіх досліджень була однотипною, налічувала 1800 респондентів і репрезентувала доросле населення України за віком, статтю, рівнем освіти, місцем проживання.

У першому і другому розділах розглянуто становлення теоретичних уявлень про категорію "стиль життя" в соціології, викладено теоретико-методологічні підходи, на яких ґрунтується це дослідження, зокрема аналізуються категорії "спосіб життя", "стиль життя", "субкультура" і співвідношення між ними.

Третій розділ присвячено новим тенденціям у суспільних процесах, що пронизують всі стилі життя людей, зокрема розглядаються явища плюралізації стилів життя, інформатизації, комп'ютеризації, віртуалізації, публіцизації, приватизації, гедонізації, карнавалізації життя.

Четвертий і п'ятий розділи присвячено стильовій поведінці різних соціальних груп у сфері політики, детально розглядаються стилі поведінки правлячої еліти у різних сферах життя.

У шостому розділі здійснено аналіз різних стилів життя в інформаційній сфері суспільства, показано міру включеності різ-

них груп населення в Інтернет-простір, характер використання ними комп'ютерів та Інтернету.

Сьомий розділ присвячений соціокультурному феномену приватності життя, яке розглядається через зіставлення із суспільним, соціальним, публічним, індивідуальним, цілісним, інтимним, таємним тощо життям.

У восьмому розділі предметом дослідження стало таке явище, як орієнтація на успіх, що пронизує сьогодні багато стилів життя.

У дев'ятому розділі детально проаналізовано ще одну характерну для нашого часу тенденцію, властиву для поведінки представників різних верств населення, — гедонізацію стилів життя.

Десятий розділ присвячено вивченню консьюмеризації суспільства. У ньому розглянуто різноманітні стилі поведінки населення у сфері споживання.

В одинадцятому розділі йдеться про стилі відпочинку різних соціальних і майнових груп. Показано як різноманітні стилі відпочинку під час відпусток, так і повсякденне стильове розмаїття поведінки представників різних соціальних груп у вільний час.

У дванадцятому розділі проаналізовано стилі життя осіб похилого віку, а також проблему самотності, особливо болісну для літніх людей.

Авторський колектив: вступ, розділи 2,3,8,10,11 — доктор соціологічних наук М.О.Шульга; розділ 1 — С.Панченко; розділ 4 — кандидат соціологічних наук О.Резнік; розділ 5 — кандидат соціологічних наук А.Зоткін; розділ 6 — кандидат соціологічних наук Н.Бойко; розділ 7 — член-кореспондент НАН України, доктор філософських наук Л.Сохань; розділ 9 — кандидат соціологічних наук М.Парашевін; розділ 12 — кандидат філософських наук Р.Ануфрієва.

Члени авторського колективу щиро вдячні рецензентам монографії доктору філософських наук, професору А.Ручці, доктору філософських наук, професору М.Ожевану за глибокі професійні зауваження, які ми намагалися врахувати в процесі доопрацювання рукопису.

Література

1. Стиль жизни личности. — К., 1982.

Розділ 1

ЕВОЛЮЦІЯ КАТЕГОРІЇ “СТИЛЬ ЖИТТЯ” В СОЦІОЛОГІЇ

Однією з найважливіших характеристик будь-якого суспільства є те, як живуть люди цього суспільства: як вони харчуються, вдягаються, чим займаються. Багато соціальних революцій відбувалися заради поліпшення життя людей, подолання нерівності. Але в будь-якому суспільстві не тільки завжди існують багаті та бідні, а й певні, характерні для них взаємопов'язані способи поведінки. Було помічено, що представники більш освічених і заможних верств суспільства віддають перевагу шампанському, гольфу та опері, а робітники – пиву, футболу і популярній музиці. Як і чому відбувається формування таких доволі сталих структур поведінки, покликана відповісти концепція стилю життя.

Концепція “стиль життя” має тривалу історію в соціальній науці за кордоном, однак визначення поняття “стиль життя” доволі різноманітні. Понад те, у багатьох працях, де йдеться про стиль життя, вжито різні терміни для позначення самого поняття. Тривалий час поняття “стиль життя” вживали в тісному зв'язку із поняттям “спосіб життя”. Коли і хто вперше використав термін “стиль життя” – однозначно не відомо, але вже понад 200 років тому французький натураліст і письменник Георг Луї де Буфон (1707–1788) наголошував, що “стиль — це сама людина”, а на 150 років раніше за Буфона англійський філософ Роберт Бертон констатував: “Правильно те, що наш стиль видає нас”. Але, як

слушно зазначає А.Адлер, донедавна термін “стиль життя” використовували переважно поети, які, своєю чергою, мали показувати індивідуальне життя, діяльність і смерть як єдине ціле в тісному зв’язку з метою життя даного індивіда” [1, с. 359].

Проблематика способу і стилю життя досліджується у класичній соціології. Так, у наукових працях К.Маркса спосіб життя трактується як спосіб життєдіяльності особистості, соціальних груп і суспільства загалом, що відбувається в конкретно-історичній системі суспільних відносин і відповідно до норм і цінностей, які відображають ці відносини. На арені історії людина діє як частина цілого — конкретної суспільної системи, нації, народності, як член певної соціальної групи — класу, партії, організації. Тому індивід як такий завжди існує як реальна історична людина. “Індивідуальність, — писав К.Маркс, — це така форма буття, в якій у специфічному вигляді визначається загальна природа людини” [2, с. 156]. Спосіб життя за такого підходу виступає як відображення соціального в індивідуальному. Стиль життя, своєю чергою, можна трактувати як відображення індивідуального в соціальному. Отже, можна вважати, що К.Маркс розумів стиль життя як характеристику того, як індивід організовує й здійснює властивими йому засобами своє життя, цілісну систему сталих рис життєдіяльності, що формується на основі індивідуальних потреб і здібностей і виявляється в процесі реалізації життєвих цілей і планів особистості.

Г.Зіммель розглядає проблему стильової диференціації в межах своєї “формальної соціології”. Критерій способу життя та різноманітні стильові вияви його слугують підґрунтям виокремлення груп, які, своєю чергою, він персоніфікує за допомогою “соціальних типів”: аристократа, авантюриста, жебрака, кокетки тощо. Зіммель фактично вперше озвучує проблему соціального характеру у зв’язку з системою соціальної стратифікації, яка дістає предметний розвиток у Е.Фромма, Р.Ланга, Г.Маркузе, Г.Гейта. Зіммель доводить, що інтелектуалізація й раціоналізація культурного життя за своїми соціальними функціями тотожні “ринковізації” господарського життя. Тому завдяки функціонуванню грошей і зростанню рівня інтелектуальної культури створюється “об’єктивний стиль життя”, в межах якого нейтралізується початкова імпульсивність мотивацій людської поведінки. Первісні племена,

зауважує соціолог, знають або егоїстичний імпульс грабунку, або альтруїстичний імпульс дарунку, однак із недовірою ставляться до торгових контактів, ґрунтованих на еквівалентному обміні [3, с. 278].

Деякою мірою в цьому напрямі працює і М.Вебер, для якого стиль життя стає предметом дослідження й інтересу в зв'язку з його класовою концепцією. Згідно з його концепцією статусні групи стратифіковані саме за особистим принципом споживання благ, вираженим у способі життя, на відміну від класів, стратифікованих за рівнем економічного становища. “При цьому статусна ситуація визначається соціальною оцінкою пошани, – зазначає вчений, – і перебуває у сфері розподілу престижу, а статусний престиж передусім виявляється в тому, що від усіх, хто претендує належати до певного кола осіб, очікується особливий спосіб і стиль життя” [4, с. 76].

Роль стилю життя у статусному престижі полягає у формуванні певних “умовностей”, або символів, що мають демонструвати себе в будь-які способи, щоби досягти повної “стилізації” життя, яка створює статусну групу і зберігає її. Отже, стосовно статусної групи певний стиль життя виступає як: 1) системотвірне начало; 2) символ належності до неї й ідентифікації; 3) елемент, що забезпечує її стабільність упродовж певного часу; 4) чинник виокремлення від інших груп. Стосовно безлічі індивідуальних практик (що їх тут розуміють як види діяльності й матеріальні об'єкти) стиль життя виступає тим загальним і повторюваним, що дає підстави віднести конкретного агента (сім'ю чи людину, тобто приватне) до конкретної соціальної групи.

Концепцію стилю життя використовували також Т.Веблен, В.Ворнер, О.Тоффлер. Веблен і Ворнер пов'язували стиль життя людей з належністю їх до того чи того класу в суспільстві, до певної соціальної верстви. Вони вважали, що належність людей до певної соціальної верстви формує у них певну манеру спілкування з іншими людьми, їхній спосіб споживання, одяг, проведення дозвілля, і залічували ці характеристики до стилю життя. Стиль життя в концепціях Т.Веблена і В.Ворнера виступає як механізм, який унеможливує руйнування бар'єрів між соціальними верствами, завдяки чому є також засобом підтримки більш-менш сталої рівноваги в суспільстві. Т.Веблен акцентував увагу й на тому, як

багатство перевтілюється в демонстративні символи економічного успіху, і цей процес він називає “демонстративним споживанням”. На думку О.Тоффлера, для періоду науково-технічної революції характерним є величезне багатоманіття стилів життя. “Тому іноземець, — пише він, — який потрапляє нині в американське, англійське, японське суспільство, має обирати не з чотирьох-п’яти класових стилів життя, а буквально із сотень різноманітних можливостей” [5, с. 247]. Учений пов’язує наявність в суспільстві різноманітних стилів життя не з поділом суспільства на класи, групи, соціальні верстви, а з поділом культури на субкультури, тому людям важко зорієнтуватися в цьому розмаїтті субкультур і створити свій стиль життя, що викликає масовий невроз серед індивідів.

Утім, попри те, що Т.Веблен, М.Вебер, В.Ворнер пов’язують формування стилю життя із поділом суспільства на класи та верстви, а О.Тоффлер — з наявністю в суспільстві різних субкультур, і в тому, і в тому разі стиль життя — один із найважливіших елементів, який, на їхню думку, сприяє утворенню соціальних класів, верств і груп та субкультур, підтримуючи їх у капіталістичному суспільстві. Разом із тим стиль життя, вважають вони, являє собою серйозну перешкоду для переходу людей із однієї соціальної групи або субкультури до іншої.

Соціальний психолог А.Адлер співвідносить стиль життя з індивідом. Причому стиль життя означав для А.Адлера рішучість, цілеспрямованість, цілісність, сталість й унікальність індивіда і, зрештою, суб’єктивну детермінацію його дій. “При розгляді структури особистості основні труднощі полягають в тому, — пише Адлер, — що її цілісність, її специфічний стиль життя будуються не на об’єктивній реальності, а на суб’єктивній думці, що виникає в особистості на підставі життєвих фактів” [6, с. 300]. “Мета переважати, — веде далі автор, — у кожного індивіда є особистою й унікальною. Вона залежить від того смислу, що його людина вбачає в житті. Цей смисл... втілюється в стиль життя і пронизує його як власна незнайома мелодія” [6, с. 347]. Хоча А.Адлер наголошував на унікальності стилю життя, властивого кожному окремому індивідові, він водночас визнавав наявність спільних рис у людей. Кожна людина відрізняється від інших людей способом

життя, але разом із тим усі наявні в суспільстві обмеження створюють спільне для всіх підґрунтя життєдіяльності й неодмінно впливають на формування стилю життя індивіда. Концепцію стилю життя у зарубіжній соціальній психології розробляв також Г.Олпорт. Незважаючи на певні відмінності у визначенні поняття “стиль”, обидва ці автори розглядають стиль життя як сталу систему суб’єктивно відмінних характеристик діяльності особистості, що визначається особистими якостями людини.

Проблематика стилю життя деякою мірою наявна в концепціях постіндустріального суспільства Дж.Гелбрейта, Д.Белла, У.Ростоу, Ж.Фураст’є, хоча тут розглядаються переважно питання “якості життя”, “порядку життя” і “споживання”. Наприклад, Д.Белл, аналізуючи принцип “рівності можливостей” у концепції “суспільства високої якості життя” говорить, що “цей принцип насправді є центральною ціннісною проблемою постіндустріального суспільства” [7, с. 358]. Учений зазначає, що рівність можливостей у досягненні особистого успіху в житті не залежить від соціально-класового поділу в суспільстві, а визначається індивідуальними можливостями тих, хто бере участь у “справедливих змаганнях” з метою досягти власності, статусу, впливу, стилю (престижу). Белл стверджує, що ідея рівності можливостей — справедлива ідея, а проблема полягає лише в тому, щоб справедливо її розв’язати” [7, с. 425]. Назагал суспільство “високої якості життя” автори подають як нову сходинку в розвитку “цивілізації дозвілля”, де головною проблемою соціальної діяльності є індустрія послуг. Якщо порівняти засадові положення концепцій “споживацтва” і “якості життя”, можна дійти висновку, що й ті, й інші головною сферою життєдіяльності особистості вважають сферу споживання, а відмінність полягає лише в поглядах на структуру і спрямованість самого споживання. Стосовно проблематики стилю життя в цих концепціях можна говорити, що імідж “успішної” людини сам по собі є конче привабливою цінністю для тогочасного західного капіталістичного пізнання, змушуючи індивіда формувати свій стиль життя відповідно до норм цього стереотипу, мотиваційним ядром якого є “потреба в споживанні”.

Нового звучання поняттю “стиль життя” надав П.Бурдье, визначивши його через два інші поняття — соціальний простір і габітус.

За його концепцією, “стиль життя” — це структурована система позицій соціального простору, що їх посідає індивід, який належить до певної групи (класу), а також його уявлення про ці об’єктивно належні йому позиції. Самі ж позиції визначаються характерними для індивідів практиками, тобто різновидами діяльності й використовуваними речами. Особливе місце в цій системі належить смаку — системі схем сприйняття й оцінювання своїх і чужих практик [8, с.125].

За такого теоретичного підходу клас чи соціальну групу розуміють як сукупність агентів, що посідають схожу позицію. Пояснити і передбачати практики й властивості агентів дає змогу поведінка, яка й веде до об’єднання в соціальну групу. Отже, *стиль життя* — це система практик, що повторюються в повсякденній поведінці та визначають місце людини у соціальному просторі. До стилю життя належать практики в найрізноманітніших царинах: це споживання і дозвілля, праця і доходи, здоров’я, участь у політиці і релігії тощо. Виокремити чи знайти певний стиль життя — означає диференціювати людей на групи, що різняться набором властивих їм практик у кожній царині.

Згідно з концепцією П.Бурдьє, відмінності в стилі життя зумовлені обсягами та співвідношенням економічного і культурного капіталів агентів. Аналізуючи емпіричні дані, він розташовував класи в соціальному просторі в координатах загального обсягу капіталу та співвідношення економічного і культурного капіталів, поєднуючи розташування соціальних страт і відповідних їм практик стилю життя.

Крім інтерпретацій П.Бурдьє, в яких поняття стилю життя допомагало розширити межі класового підходу в поясненні характеру розподілу владних відносин, вводячи в контекст соціальної стратифікації поняття наступності освітніх і культурних ресурсів, а також культурного капіталу, в наш час розвиваються й інші ідеї. Прикладом аналітичного визначення стилю життя через виявлення його структурних компонентів можуть послугувати ідеї Х.-П.Мюллера, який вважає, що стиль життя характеризується низкою формальних ознак: цілісністю, добровільністю, характерністю й стилізацією.

1. *Цілісність* означає, що життєвий стиль особистості чи групи більшою або меншою мірою визначає всі їхні життєві вияви. Він

дає цілісний образ (гештальт) особистості чи групи, що може бути створений не лише з цілого життя, а навіть із дрібних його деталей.

2. *Добровільність*. Людина не обирає класу, верстви, соціальної групи, до якої належить від народження, завдяки вихованню або доходу. Натомість стосовно життєвого чи культурного стилю в індивіда завжди є вибір, що й відрізняє стиль від традиції або канону. Практикуючи певний стиль, індивід вільний у прийнятті або відмові від того чи того культурного вибору.

3. *Характерність* — це момент своєрідності, що надає життєвому стилю легко ідентифікований і безпомилково впізнаваний вигляд.

4. *Розподіл шансів стилізації*. Масштаб можливостей стилізації, наявний у конкретному суспільстві, залежить від багатьох чинників, і передусім від його цінностей і нормативної системи, а також від рівня життя й матеріального добробуту громадян [9, с. 375]. Таким чином, за Мюллером, стиль життя є зовнішнім вираженням, практичним утіленням основних цінностей особистості, тактичним виявом її стратегічних уявлень.

Загалом усі визначення поняття “стиль життя” в зарубіжній науковій літературі можна класифікувати на групи за такими ознаками: (1) за суб’єктом стилю життя: а) говорять про стиль життя окремого індивіда; б) про стиль життя груп, члени яких перебувають в соціально-психологічних відносинах один з одним; в) про стиль життя класу чи категорії людей, які пов’язані лише тією спільною категоріальною ознакою, на підставі якої їх віднесено саме до цього класу; (2) за співвідношенням поняття “стиль життя” з іншими категоріями, наприклад “способом життя”. В разі тлумачення “стилю життя” через “спосіб життя”: а) “стиль життя” ототожнюють зі способом життя. Ця точка зору є неправомірною, оскільки в цьому разі один із термінів можна зовсім вилучити; б) “стиль життя” розглядають як поняття більш вузьке, ніж “спосіб життя”; в) “стиль життя” розмежовують зі “способом життя”. “Стиль життя” розглядається тут як показник соціально-класових розмежувань у суспільстві.

Останнім часом концепція “стилю життя” стає однією з центральних у дослідженнях західних учених, які вивчають поведінку споживачів, форми дозвілля індивідів і розробляють на підставі

цього критерії формування певного стилю життя, що відповідає статусу людини у соціальній структурі суспільства. При цьому все робиться для того, щоб у людини з'явилася й постійно підтримувалася потреба в здійсненні конкретного стилю життя, щоби потреба ця стала у неї домінантною, а невдачі, що їх зустрічає людина на цьому шляху, мають розглядатися як основні в усій її життєдіяльності. З цією метою проведено низку досліджень стилів поведінки споживачів, стилів проведення дозвілля як окремим індивідом, так і родиною. Вивчають, наприклад, стилі споживання жінками губної помади, мотиви покупок, залежність такого стилю покупок від способу життя та демографічних умов. Свого часу У.Веллс і С.Костас відзначали, що однією з причин звернення до концепцій “стилю життя” була потреба в конструюванні певних “профілів” стилю життя [10, с.135].

Стиль життя останнім часом розглядають радше в контексті культурних, аніж соціальних трансформацій. Концепція постмодернізму, пов'язана першою чергою з урбаністичними тенденціями, динамікою культури й інформаційними технологіями, породила відповідну ідею про формування нового “постмодерністського стилю життя”. Подальше розроблення концепції “стиль життя” за кордоном має посприяти вивченню цієї проблематики з урахуванням специфіки соціальних процесів, характерних для ситуації сучасного українського суспільства.

У радянській науковій традиції поняття “стиль життя” вживали поряд з поняттям “образ життя”, а також разом зі спорідненими, але більш спеціальними концептами на кшталт “індивідуального стилю діяльності” (праці Є.Клімова, В.Мерліна та його школи). Дискурс з приводу поняття “стиль життя” відбувався здебільшого в площині радянського варіанта марксистсько-ленінської філософії та соціальної психології, а від другої половини 1970-х років — у річищі соціології. Власне, саме у 1970-х роках концептуальний вимір “стилю життя” стає предметом ретельного вивчення радянських методологів і суспільствознавців. Тоді вже стало зрозумілим, що багатоманіття соціальної та, ширше, життєвої активності індивіда неможливо вкласти в прокрустове ложе радянського (або антирадянського) образу життя. З методологічної точки зору для радянських дослідників було важливо розглянути понятійну пару

“образ життя”—“стиль життя”. Для більшості вчених первинним, базовим був “образ життя”.

Образ життя відбиває глибинні соціальні принципи життєдіяльності суб’єкта, його місце в системі поділу суспільної праці та в соціальній структурі соціуму. Розуміння соціетальної детермінації образу життя сформувалося під впливом думок, висловлених К.Марксом та Ф.Енгельсом у “Німецькій ідеології”. Вони розглядали образ чи спосіб життя як діяльнісну складову соціального буття індивіда [11, с. 24–30]. Згідно з їхньою позицією діяч не може бути навіть аналітично ізольованим від діяльності, яку він здійснює, оскільки “якою є життєдіяльність індивідів, такими є і вони самі”. Образ життя в суспільстві, де панує експлуатація й відчуження, є силою, що тяжіє над індивідом, зовсім не сприяючи його самореалізації. Навпаки, груповий, зумовлений класовою належністю образ життя максимально деперсоналізує індивіда. В радянській соціально-філософській традиції марксистські погляди на образ життя були розвинуті й доповнені концепцією радянського образу життя, яка стала філософською антитезою ідеологемі американського способу життя. Радянський образ життя розглядався у вітчизняній філософії та соціології як “вищий” порівняно з “буржуазним” [12]. На перший погляд це суперечить Марксовій інтерпретації. Але в СРСР було декларовано побудову розвиненого соціалізму, що передбачало подолання вад капіталістичного ладу, зокрема відчуження й експлуатації. Отже, образ життя в суспільстві нового типу можна розглядати як інтеграційну, а не диференціювальну ознаку. Проте зрозуміло, що ігнорувати факт групових соціокультурних відмінностей в СРСР 1970-х років не було жодної можливості. Для позначення цих відмінностей та емпіричного вивчення їх найдоцільнішим виявилось поняття “стилю життя”, яке вже давно використовували соціологи на Заході. Більшість зарубіжних авторів розглядали образ життя як одну зі сторін культури, а саме як її матеріально-практичний бік. Це й не дивно, адже багато західних концепцій є культуроцентричними. Радянські ж автори пов’язували з культурою поняття стилю життя, а образ життя вважали атрибутом суспільно-економічної формації на конкретному історичному етапі її розвитку [13]. Тому дослідження образу життя мали констату-

вальний характер, а вивчення стилю життя виконувало нормативну функцію. Перед соціологами поставили завдання розробити шаблон “соціалістичності” й “радянськості”, з якими можна було б порівнювати реальну поведінку людей. Після 1991 року нормативна методологія була піддана різкій критиці. Водночас поєднання нормативного й констатувального підходів за умов планової економіки мало певний сенс. Якщо не зважати на ідеологічні вподобання, не вдаватися до критики всього радянського заради самої критики, доведеться визнати, що результати, досягнуті соціологами у 1970–1980 роки з вивчення образу життя громадян, значно перевершують те, що було зроблено після проголошення незалежності. Недостатньо уваги було приділено вивченню соціально-групових і культурно-освітніх відмінностей між носіями різних стилів життя. Майже порожньою лакуною залишилася тема зв’язку стилю життя зі споживацькою поведінкою, питання узагальнення емпіричних типологій стилів життя. Натомість радянські соціологи, філософи й психологи вивчали переважно зв’язок стилів життя з професійною діяльністю та громадською активністю індивіда.

Методологічні установки багато в чому визначили теоретичний аналіз концепту “стиль життя” в радянській соціології. Як уже зазначалося, “стиль життя” більшість дослідників вважали субкатегорією “образу життя”. О.Бутенко, О.Ципко, В.Кисельов визначали стиль життя як поведінку особистості, що є наслідком особистісного вибору з набору об’єктивних можливостей, які надає той чи той образ життя [14, с. 20]. Разом із тим деякі автори, наприклад В.Куценко, вважали стиль життя не складовою, а формою вияву образу життя [15, с. 31–32]. Соціальні психологи (Л.Анциферова та інші) вважали стиль життя, на відміну від образу життя, соціально-психологічним явищем. Значного поширення набула активістська теорія образу життя особистості як життєтворчості. Цей напрям розробляли В.Шинкарук, Л.Сохань, М.Шульга, Р.Ануфрієва, І.Бекешкіна, О.Кронік. У колективній монографії “Життя як творчість” методологічне підґрунтя вивчення життєтворчості визначено так: “Як системотвірне начало в концепції життя, яку розробляють автори, прийнято принцип діяльності... фундаментальною основою структурування людського життя як соціаль-

ного феномена є діяльність. Людське життя автори розглядають як реальний історичний процес. Життя протікає в соціальному просторі й часі, має свою об’єктивну логіку розвитку, зумовлену розвитком того світу, в якому живе і який створює сама людина” [16, с. 4, 5]. Отже, людина є не просто пасивним об’єктом, реципієнтом патерну “образу життя”, а й активним учасником процесу інтеграції власної життєвої активності в соціальний простір соціуму. Спосіб, в який це відбувається, можна позначити як “стиль життя особистості”. Більшість радянських дослідників схильні були приймати саме таку інтерпретацію стилю життя.

Щодо емпіричного матеріалу й конкретних розвідок, то досягнення радянських соціологів у царині вивчення стилів життя не можна недооцінювати. Ретельно вивчалися питання проведення вільного часу та його соціально-групової типології (Б.Грушин, Г.Зборовський, Г.Орлов, С.Струмлінін, В.Артюмов, В.Патрушев); особливості образу життя міських і сільських жителів (Ю.Пивоваров, Ю.Левада, В.Глазичев, Л.Коган, С.Макеєв, О.Орлова, В.Патрушев, В.Рукавішніков, Р.Ривкіна, Ю.Арутюнян та інші); образ життя молоді (В.Шубкін, С.Іконнікова, М.Руткевич, С.Вишневський), робітників (Л.Гордон, Є.Клопов, А.Здравомислов, В.Ядов, В.Рожин, Ю.Давидов, О.Шкаратан, Г.Соколова). Загалом можна вирізнити два головні результати концептуалізації поняття “стиль життя” в радянській соціології. Перше — це операціоналізація й емпірична конкретизація стилів життя різних соціальних груп радянського суспільства. Друге — визначення методологічних засад вивчення стилю життя.

У пострадянський період на початку 1990-х років вивчення стилю життя тривало “за інерцією” радянської соціології. У непрості для становлення національних соціологічних шкіл часи проблематику стилю життя як категорії соціологічного аналізу вивчали Є.Головаха, Н.Паніна, М.Шульга, Л.Сохань, О.Злобіна, О.Донченко, О.Лібін, М.Холодна, В.Толочек, І.Шкуратова, В.Андрющенко, С.Кримський, Л.Іонін та багато інших відомих учених у Росії, Україні та інших колишніх республіках Радянського Союзу. Зокрема, Л.Іонін розглянув категорію стилю життя в контексті транзиції від моностилістичної до полістилістичної культури. Хоча можна зауважити, що плюралізація заторкнула головним чином

офіційну, публічну культуру, в приватній сфері зміни мали зовсім інший характер. Оскільки формаційним полем стилю життя в пострадянських суспільствах є простір приватного, руйнування уніфікованого державного культурного дискурсу не має вирішального значення для трансформації стилів життя окремих індивідів. Куди більшу роль відіграли такі соціетальні чинники, як загальне зниження рівня життя більшості громадян, нисхідна соціальна мобільність, зменшення обсягу та якості дозвілля тощо. Відтак пострадянська трансформація стилів життя відбувається на соціально-груповому, а не на індивідуальному рівні.

Отже, категорія “стиль життя” стає особливо актуальною для вивчення соціально-групових і соціокультурних процесів диференціації, властивих динаміці суспільного розвитку на етапі масштабної трансформації соціальної системи, як це відбувається в сучасній Росії й Україні. На груповому рівні найменшою одиницею аналізу слід вважати стиль життя сім’ї. Цю проблему вивчає російська дослідниця О.Пчелінцева, яка також досліджує динаміку стилів життя в російському суспільстві. Багато уваги російські соціологи приділяють аналізу соціально-економічного виміру стилю життя, а саме стилю споживання (І.Іванова, С.Ушакін). Стиль споживання є синтетичним поняттям, утвореним на межі двох категорій — “споживча поведінка” і “стиль життя”. Типології споживачів, що їх застосовують в маркетингових дослідженнях, ґрунтуються, як правило, на примітивних демографічних класифікаціях. Разом із тим використання соціологічної моделі стилів споживання дає можливість позбавитися цього недоліку. Суттєвий внесок у соціологічне вивчення стилів споживання належить В.Тарасенку, який розглядає такі компоненти споживання, як цінності — утилітарні, соціальні, економічні, моральні, естетичні, культурні та інші. Індивідуальні та групові особливості ієрархії цінностей, на його думку, визначають стиль споживання особистості [17].

Значна діяльність з теоретичного й емпіричного вивчення стилів життя здійснена співробітниками Інституту соціології НАН України Н.Паніною, М.Шульгою, Л.Сохань, О.Злобіною, Н.Соболевою, О.Резніком, Р.Ануфрієвою, Н.Бойко та іншими в рамках моніторингу “Українське суспільство”. Ними були розглянуті питання впливу ціннісно-нормативних чинників на вибір індивідуаль-

ного стилю життя, структурації вільного часу індивіда залежно від параметрів стилю життя відповідної групи належності, зв'язок стилю життя з рівнем “включеності” суб'єкта до простору інформаційного суспільства [18—23]. В Інституті соціології НАН України продовжують вдосконалювати теоретико-методологічну базу дослідження стилів життя — концепцію життєтворчості. Проте існують важливі теоретичні й практичні проблеми, які ще очікують на розв'язання, наприклад значення глобалізаційних процесів та участі в них для формування стилю життя.

Підсумовуючи стислий огляд здобутків вітчизняних соціологів щодо розгляду й конкретизації категорії “стиль життя”, можна відзначити, що за радянського часу були розроблені методологічні засади вивчення стилю життя, визначено співвідношення між категоріями “образ” та “стиль життя”, проведено багато досліджень, дані яких уможливили опис специфіки групових стилів життя окремих соціально-демографічних та професійних груп населення. Після розпаду СРСР акцент змістився на оновлення методологічних засад дослідження стилів життя, а також на використання цієї категорії для поглиблення уявлень щодо соціокультурних детермінант споживання, загалом на широке застосування категорії “стиль життя” для вивчення процесів соціальної диференціації в суспільствах перехідного типу.

Література

1. Сохань Л.В. и др. Стиль жизни личности: теоретические и методологические проблемы. — К., 1982.
2. Маркс К., Энгельс Ф. Німецька ідеологія // Зб. тв. у 3-х т. — М., 1988.
3. Захарченко М.В., Погорілий О.І. Історія соціології (від античності до початку ХХ ст.). — К., 1993.
4. Вебер М. Основные понятия стратификации // Социологические исследования. — 1994. — № 5. — С. 147—156.
5. Toffler A. Future's Shock. — New York, 1971.
6. Selected Aspects of Consumer Behavior. — New York, 1979.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. — М., 1999.
8. Бурдье П. Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. — 1998. — Том 1. — № 2. — С. 44—59.

9. *Muller H.P.* Sozialstruktur und Lebensstile. — Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1992.
10. *Инглхарт Р.* Постмодерн: меняющиеся ценности и меняющиеся общества // Политические исследования. — 1997. — № 4. — С. 135—145.
11. *Маркс К., Энгельс Ф.* Избранные произведения: В 3-х т. — М., 1983. — Т.2.
12. Образ жизни: понятие, реальность, проблемы / Под ред. В.Толстых. — М., 1975.
13. *Ануфриева Р.А. и др.* Стиль жизни личности: теоретические и методологические проблемы. — К., 1982.
14. *Бутенко А.П., Ципко А.С., Киселев В.П.* Социалистический образ жизни (методологические проблемы исследования). — М., 1975.
15. *Куценко В.И.* Философско-социологическое содержание категории “образ жизни” // Социалистический образ жизни и всестороннее развитие личности. — К., 1979.
16. *Шинкарук В.И., Сохань Л.В., Шульга Н.А., Ануфриева Р.А., Бекешкина И.Э., Кроник А.А.* Жизнь как творчество. — К., 1985.
17. *Тарасенко В.И.* Социология потребления: методологические проблемы. — К., 1993.
18. *Шульга М.* Евристичний потенціал категорії “стиль життя особистості” // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 1. — С. 177—180.
19. *Злобіна О.* Стиль життя і соціальні типи особистості // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 1. — С. 186—187.
20. *Соболева Н.* Стиль життя особистості як відображення суб’єктивної реальності // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 1. — С. 188—189.
21. *Резнік О.* Нові стилі життя як джерело латентної легітимації ринкового суспільства // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 1. — С. 189—191.
22. *Ануфриєва Р.* Стиль життя осіб похилого віку // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 1. — С. 191—193.
23. *Бойко Н.* Процес інформатизації як демократизаційна складова стилю життя сучасної молоді // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 1. — С. 193—196.

Розділ 2

СПОСІБ ЖИТТЯ І СТИЛЬ ЖИТТЯ

В останні півтора десятиліття в житті українського соціуму відбуваються кардинальні зміни. Вони мають системний характер і ведуть до якісних змін життя як усього суспільства, так і його окремих соціальних груп та особистостей. Найважливішими детермінантами змін сфери життєдіяльності людини в ці роки були, по-перше, зміна суспільного ладу, перехід від державної форми власності до приватної, перетворення у політичній сфері суспільства — суспільне й офіційне визнання правовою системою держави різноманітних ідеологій та формування багатопартійної системи, формальний розподіл гілок влади й утвердження систематичних виборів парламенту і президента, занепад, руйнування старих соціальних інститутів, пристосування деяких із них до нових умов і формування нових. По-друге, зміни способів життєдіяльності людей зумовлені причинами технологічного характеру — розвиток засобів комунікації та новітніх технологій пришвидшує ритм і темпи життєвих процесів, веде до зростання суспільної й просторової мобільності населення. По-третє, зміни стилів життя різних груп населення зумовлені глобалізаційними процесами, які більшою чи меншою мірою заторкнули, втягли до своєї орбіти Україну: поширення в різних країнах однакових цінностей, уніфікованих норм і зразків поведінки. Аналіз показав, що за цих умов відбувається плюралізація стилів життя населення, дедалі помітнішими стають відмінності у формах життєдіяльності між поколіннями.

Окремі аспекти цих процесів уже стали предметом наукових праць вітчизняних соціологів, проте в них проблеми переважно висвітлювалися під кутом зору розгортання або певних суспільних процесів — економічних, політичних, соціокультурних, або змін соціальних інститутів — власності, держави, армії, сім'ї, освіти тощо, або трансформації соціальних структур. Малодослідженими залишаються питання, пов'язані з життєдіяльністю соціальних суб'єктів як цілісних утворень — груп і особистостей. Цей аспект буття може бути досліджений через аналіз способу і стилю життя.

Зміна соціально-економічного устрою суспільства дала старт змінам у системі суспільних цінностей — політичних, економічних, соціальних, культурних, етичних, що, своєю чергою, підштовхнуло до зміни типів соціальної поведінки населення, до зміни стилів життя. Ці процеси тривають і сьогодні. У суспільстві співіснують елементи різних соціальних систем, діють соціальні цінності й установки, притаманні різним соціальним устроям. Демократизація суспільного життя, розширення свобод — аж до анархії й уседозволеності, співіснування елементів різних соціально-політичних систем, а також вияв глобалізаційних чинників сприяють плюралізації й відтворенню багатоманітності стилів життя.

Нові реалії українського суспільства породжують як теоретичні, так і практичні виклики. Адже докорінно змінилася матриця суспільних відносин, формується новий спосіб життя, увиразнюються нові стилі життя.

У теоретичному плані насамперед слід розмежувати категорії “спосіб життя” і “стиль життя”, оскільки обидві вони відображають моделі організації життя особистості. Але перша віддзеркалює ті засади організації життя, які є беззаперечними передумовами соціального буття, обійти які особистість ніяк не може. Вони їй задані, нав'язані, визначені наперед. Щоправда, ми були свідками й учасниками зміни способів життя цілого суспільства, тобто такого періоду, коли різко змінювалися політичні, економічні і соціальні засади, які до цього для кількох поколінь виступали незаперечними передумовами соціального буття. Процес таких кардинальних, ущільнених у часі суспільних перетворень потребує окремих досліджень. У цьому контексті для нас важливо зазначити, що відбулася системна зміна засад організації суспільного

життя: перехід від державної форми власності до приватної, від планово-адміністративної форми управління економікою до ринкової. Змінюється суспільна легітимація ціннісних орієнтирів — від однопартійної до багатопартійної системи, від колективізму до індивідуалізму. Особливо відчутними й болісним для основної маси населення стали швидкі й різкі зміни в соціальній сфері — втрата колишніх соціальних статусів і рівня життя. Суспільство миттєво розкололося на купку багатіїв і переважну більшість бідних людей. Саме ці зміни визначили появу нових способів життя — показний, демонстративний спосіб життя олігархів і спосіб життя бідних, зосереджених на проблемі виживання. Ці полярні способи життя тепер фіксуються не тільки як результати наукових досліджень, теоретичного аналізу, а й як очевидна для будь-кого даність.

Спосіб життя ми розглядаємо як типові форми життєдіяльності соціальних суб'єктів, що зумовлені соціальними інститутами, соціально-політичним та економічним ладом, культурою. Спосіб життя — це категорія, що відображає системні принципи організації життя людей у суспільстві. Вона включає принципи організації соціально-економічної сфери життя суспільства, ідею сенсу життя, найвищі суспільні цінності, тобто ця наукова категорія відображає сукупність тих соціальних відносин, потенціал яких перевищує здатність особистості й малої групи контролювати їх і управляти ними. Будучи утворенням людей, спосіб життя стосовно окремої людини, яка вступає в життя, є об'єктивною умовою її існування, найважливішою детермінантою становлення її як особистості, детермінантою, що задає граничні межі її суспільного існування. Особистість і група можуть лише своєрідно засвоїти, індивідуально адаптуватися, пристосуватися до тієї логіки, яку задають ці соціальні відносини, але заданий ними принцип моделі суспільної поведінки вони змінити не можуть.

Категорія *стиль життя* відбиває той зріз людського життя, де особистість чи група можуть проявити свою автономність до суспільного цілого та принципів його існування. Це типова поведінка груп і категорій людей, у якій вони виявляють свій вільний вибір. Стиль життя — це той бік організації життя людини, в якому особистість виявляє себе через свій світогляд, через свої

ідеали, уявлення, смаки і преференції, через самоствердження. Через стилі життя особистість демонструє ієрархію цінностей, які вона поділяє. Завдяки таким виборам, схильностям, смакам і манерам людина наповнює смислами власне життя, задовольняє потреби й реалізує свої інтереси у повсякденній життєдіяльності [1].

У методологічному плані важливо з'ясувати, в яких межах вибору можна говорити про стиль життя, а в яких — про спосіб життя, де між ними межа, де виявляється вільний вибір особистості, а де її поведінка задана обставинами. Хоча й у самому стилі життя важливо розрізнити вияв особистістю власної позиції й конформізм, свавілля й оптимально обраний для даних умов варіант життєдіяльності, уявлюваний, бажаний стиль життя і реальну поведінку тощо.

Стиль життя може зумовлюватися: а) традиціями і звичками; б) вибором одного із наявних типів поведінки (адаптаційний, конформістський); в) бажанням самореалізації чи самоствердження через певний тип поведінки; г) комбінаціями перших трьох варіантів.

Для стилів життя сучасних суспільств характерною тенденцією є те, що життєві стратегії в сучасних умовах втрачають масштабність, цілісність, моноцентричність. Життєва стратегія особистості обмежується, її просторово-часовий масштаб немов перетворюється зі стаєрського на спринтерський. Вона вибудовується під якийсь обмежений у часі проект. Після завершення останнього особистість береться до реалізації нового життєвого проекту. Отже, впродовж скажімо, десятиліття особистість може реалізувати кілька проектів, що доволі суттєво відрізняються один від одного і навряд чи відповідають логіці одного життєвого проекту. Нерідко буває й так, що один проект суперечить іншому, хоча на часовій осі вони і стоять поряд, але їх роз'єднує відрізок часу, впродовж якого здійснювалися ці проекти.

До речі, і саме підґрунтя життєвої стратегії — освіта, професія — стають якісно іншими. Раніше вони були стабільними, усталеними. Особистість набувала їх на початку життєвого шляху і вони були надійною основою для життєвої стратегії, ресурсом для її розгортання. Тепер же неможливо отримати таке гарантоване для всієї життєвої стратегії підґрунтя. Для реалізації життєвих планів особистість має невпинно вдосконалювати свою освіту. Їй доводиться все життя опановувати певні професії.

Навіть сім'я перестала бути сталим інститутом. Можуть заперечити, що й у минулі часи сім'ї розпадалися. Так, розпадалися. Але такої ситуації, щоб зі 100 шлюбів половина завершувалася розлученнями, ще не було. Сьогодні ми маємо якісно новий стан існування інституту сім'ї, який породжує нові стилі життя особистості.

Повертаючись до логіко-гносеологічного боку категорії стиль життя, хотілося б наголосити, що вона як соціологічна категорія, яка загострює увагу до конкретних рис поведінки, діяльності, спілкування особистості, залишається узагальнювальною логічною конструкцією. І хоча вона відображає особистісні вибори, все одно не можна гіпостазувати її індивідуалізаційний аспект. До цієї категорії включаються не просто індивідуальні варіанти поведінки (вони завжди неповторні, унікальні), а індивідуалізовані, але все одно повторювані не тільки в межах життєдіяльності окремої особистості, а й цілої категорії людей. Ці люди можуть відрізнятися за всіма іншими параметрами, але в плані життєвих виборів у певній соціальній сфері вони близькі, подібні. Власне на цьому підґрунті й виникає категорія стилю життя. Без чисельності типових повторюваних соціальних практик, які є базисом теоретичних категорій, навряд чи можна говорити про стиль життя як соціологічну категорію.

Повноцінне стильове розмаїття виявляється за умов високого рівня життя, високої якості життя, демократичного і толерантного суспільства. Відсутність бодай одного із цих елементів ускладнює вибір особистості, а відтак обмежує багатоманітність стилів життя, робить їх настільки специфічними, що для визначення виникає потреба в інших термінах. Така проблема постає при дослідженні стилів життя в нашій країні.

Українські життєві ресурси населення зумовлюють специфічний спосіб життєдіяльності, який називають виживанням. За умов дефіциту життєвих ресурсів людина спрямовує, концентрує наявний у неї потенціал на задоволення безпосередніх, базових потреб — у їжі, одязі, утриманні житла, і відмовляється від усіх інших. Уся життєдіяльність людини зосереджена навколо того, щоб відтворити себе фізично й допомогти це зробити своїм близьким, щоб задовольнити найпростіші, найнеобхідніші соціальні потреби. Тобто вона

не в змозі задовольняти інші потреби, передусім культурні, дозвілєві, креативні, пізнавальні, потреби в повноцінній підтримці й відтворенні здоров'я.

У таких умовах людина організує своє життя як очікування: зараз домогтися лише елементарного відтворення життя, а після вже можна буде повнокровно розвиватися. Виживання — це відкладання задоволення своїх потреб, важливих вчинків, дій на майбутнє. Життя у цих обставинах ніби консервується, воно спрощується, із багатогранного перетворюється на площинне. Виживання як спосіб життя зрештою може бути визначене як організація життя особистості за умов у край обмежених ресурсів, коли всі форми активності спрямовані на самозбереження.

Залежно від матеріального, освітнього, культурного, креативного, емоційно-вольового ресурсу люди, що виживають, організують свою активність по-різному, тобто й у цих ситуаціях вони мають, умовно кажучи, різні стилі життя. Це виглядає так, що в суспільстві співіснують різні уклади, різні стилі життя людей. Утім, якщо говорити строго, то за умов виживання власне про стиль життя можна говорити лише умовно, оскільки в особистості різко зменшуються можливості вибору. В умовах бідності, злиденності в строгому сенсі можна говорити про індивідуалізацію пристосування, про варіанти, типи адаптації до бідності. Таку диверсифікацію життя людей можна назвати стилями виживання, або стилями адаптації.

Мабуть, не можна назвати стилем життя такий спосіб поведінки, який називають адаптацією до соціальної ситуації, що перебуває у процесі змін. У такому разі говорять про тактику або стратегію адаптивної поведінки. Як співвіднести стиль життя й адаптивну поведінку? Можна було б відповісти на це запитання так: адаптивна поведінка — це специфічний спосіб поведінки, пов'язаний із пошуком найсприятливіших, найефективніших, найкомфортніших способів взаємовідносин особистості із соціальним середовищем. Специфічність цієї поведінки передусім полягає в тому, що вона обмежена у часі. Щойно налагоджується прийнятний для особистості спосіб взаємодії із середовищем, цей тип поведінки стабілізується, стає повторюваним, а відтак стає стилем її життя.

Другою характеристикою адаптивної поведінки є те, що вона немов залишає поза увагою систему норм і оцінок особистості.

Остання начебто виключає цю опосередковувальну ланку, що стоїть між зовнішніми стимулами і поведінкою. Людина діє неначе за класичною біхевіористською схемою: S-R. У цій ситуації життєво важливим є вибір ефективної поведінки, яка дає позитивний для особистості результат. У біфуркаційних середовищах “суб’єкти, що адаптуються, *передусім поведінково* реагують на зміни середовища. Разом із тим соціальні установки, стереотипи, ціннісні уявлення зберігаються незмінними ще доволі довгий час” [2, с. 5].

Отже, за умов соціальної адаптації між поведінковими реакціями і цінностями, нормами особистості деякий час існує певний дисонанс. Проте за умов, коли саме соціальне середовище перебуває в процесі постійної трансформації, усталених змін, “стабільної перехідності”, тоді процес адаптивної поведінки набуває рис стилю життя. Причому для цього стилю життя характерними стають принципово інші риси, ніж у стилів життя, що розгортаються за стабільних суспільних умов. Так, для усталеної ситуації характерними рисами, за якими визначається стиль життя, є повторюваність вибору орієнтацій, преференцій, форм поведінки. А для стилю життя у тривалому трансформаційному процесі характерними є гнучкість, маневрування, підкореність всіх дій і вчинків головному — елементарному фізичному і спрощеному соціокультурному виживанню. За умов суспільної нестабільності, постійних, непередбачуваних змін, зокрема й тих, що відбуваються внаслідок рішень влади, люди перебувають у відмобілізованому стані і готові до сприйняття будь-яких несподіванок. Про це свідчать відповіді на твердження: “Зараз все так хитко, і здається, що може відбутися все, що завгодно”, яке було запропоноване у моніторингу Інституту соціології НАН України. У 2005 році 82%, а у 2008-му — 80% опитаних погоджувалися з цим твердженням, і тільки 19% і 13% — ні. Відповідно до цього самовідчуття у людей складається і певний стиль поведінки. Найбільше не згодних з цим твердженням серед молодих — 22% (тоді як серед людей віком понад 55 років таких лише 17%). Хоча у відповідях представників різних вікових груп не надто велика різниця, але вона є характерною. Молодь виросла у нестабільних соціальних умовах і, ясна річ, більшою мірою адаптована до них.

Натомість у регіональному розрізі відмінності у відповідях на це запитання значно виразніші. Якщо на заході країни з такою

думкою погоджуються 54% респондентів, то на сході — 84%, а на півдні — 76%. І навпаки, на заході не згодні з цим твердженням 31%, а на сході — 10%.

Це свідчить про певні відмінності в установках, налаштованості на події, що відбуваються в суспільстві, у різних регіональних груп населення.

Вживання формує специфічну форму ментальної й емоційної реакції людей на таку несприятливу соціальну ситуацію. Тут не діє звичний механізм розгортання особистістю своєї соціальної поведінки через дотримання соціальних норм і орієнтації на сталі соціальні цінності. Адже останні є розмитими, нечіткими. Аномія, відчуття хиткості, підміни раніше непохитного, невизначеність, перевертництво, зрадництво, цинізм, відчуженість, що панують в суспільній атмосфері, створюють для особистості проблему проектування свого майбутнього. Вона вимушена покладатися на власні ціннісно-нормативні преференції, на соціальну інтуїцію. Людині важко осягнути сенс того, що відбувається в суспільстві, того, що відбувається з нею. Вона відчуває всеосяжне бажання жити, а не виживати. Це бажання людини, що перебуває у кризі. Її інтереси спрямовані на внормовування. Проте це бажання існує не як певний план, не як чітке уявлення про послідовність кроків виходу із ситуації, а як розмитий позитивний образ, віддалений на незрозумілу дистанцію.

Слід звернути увагу на специфічну бідність нашого населення. Це бідність високоосвічених, культурно розвинених людей. Вона відрізняється від бідності людей у країнах, що розвиваються. У наших людей розвинені духовні, культурні, пізнавальні та інші особистісні потреби. Таке сполучення — високий рівень освіченості і низький життєвий рівень — породжують специфічні стилі поведінки людей. Тут формуються стилі виживання, що принципово відрізняються від стилів поведінки населення бідних країн із низьким рівнем освіти.

До речі, цей стан виживання притаманний не лише окремим індивідам, а й суспільству загалом. Воно як цілісний організм переживає різнобічні вияви глибокої, тривалої кризи. Для суспільства в цілому не менш актуальним, ніж для окремих особистостей, є питання виживання, самозбереження. Ця проблема вже упізнана

суспільством і сформульована як проблема збереження народу, якого впродовж 17 років поменшало на 6 мільйонів, причому ця загрозлива тенденція депопуляції поки не йде на спад.

Близькою за смыслом до категорії “стиль життя” є категорія “*субкультура*”. Субкультуру розглядають як такий соціокультурний феномен, як таке цілісне утворення, яке поєднує певну систему норм і цінностей, моделей поведінки, стилю мислення і життя певної соціальної групи. Його найважливішою ознакою є те, що це явище є складовою домінантною культури, що воно розгортається у рамках цієї культури, але має власні характеристики, що сприймаються панівною культурою як позитивні чи негативні. Крім того, ознакою субкультури є те, що вона охоплює меншу частину носіїв культури певного суспільства.

Отже, за багатьма позиціями субкультура і стиль життя збігаються, проте вони не тотожні й мають певні розбіжності.

Відмінності субкультури і стилю життя виявляються в тому, що поняття субкультури ширше за поняття стилю життя. По-перше, стиль життя — це завжди елемент поведінки, реалізація мети, задуму, це здійснення вибору. А субкультура, крім цього, ще містить такі елементи, які можуть залишатися лише уявленням, задумом, мрією, маренням. По-друге, субкультура є елементом (нехай нерідко негативним, таким, що протистоїть або принаймні не збігається з домінантними елементами) даної загальної культури, а стиль життя в конкретному суспільстві, в даній культурі може ґрунтуватися на таких засадах, що виходять за межі цієї культури. Скажімо, діалект як мовна поведінка може бути розглянутий як субкультура, а вживання іншої мови у межах мовного простору домінантною мови — як мовний стиль.

Додатковими характеристиками субкультур є доволі швидка змінюваність, розгалуженість, а отже, різноманітність їх. Субкультура розгортається через певну символіку, що виявляється у формі поведінки її носіїв, у способах проведення вільного часу, організації побуту, в одязі, смаках тощо. Для виникнення й існування субкультур, як і для стилів, сприятливою є така суспільна атмосфера, в якій утвердилися засади толерантності, плюралізму і ліберальності.

Субкультура — це частина загальної культури суспільства, яка помітно відрізняється, ба навіть протистоїть домінантній культурі,

але вона втрачає сенс у разі винесення її із цього цілого. Субкультура відрізняється від доміантної культури першою чергою формами вияву — мовою, символікою, манерами, стилями.

Проаналізовані категорії способу життя, стилю життя і субкультури є генералізаційними категоріями, що відкривають теоретичні можливості для пізнання глибинних соціальних тенденцій, а також відображення різних аспектів такого складного феномена.

Отже, склалася суспільна ситуація, що полягає у принциповій зміні способу і стилів життя в суспільстві, пришвидшеній плюралізації способів життя під впливом дії різноманітних соціальних чинників. У зв'язку з цим виникла нагальна суспільна потреба в дослідженні нових стилів життєдіяльності соціальних груп та індивідів, вивченні новітніх соціально-поведінкових тенденцій, що ґрунтуються на нових системах цінностей, які утверджуються в різних царинах і в різних групах суспільства.

Література

1. Бокко Р. Потребление и стиль жизни // Society & Social Science : a Reader / Ed. by J.Anderson, M.Ricci. — London, 1990. — P. 36–42. — <http://www.socnet.narod.ru/library/authors/Ilyin/hrest/bokok.htm>.

2. Готлиб А.С., Запорожец О.Н., Хасаев Г.Р. Социально-экономическая адаптация в постсоветской России: публичные и частные практики // Социологические исследования. — 2004. — № 8. — С. 56–62.

Розділ 3

НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ СТИЛІВ ЖИТТЯ

Як уже зазначалося, до вивчення стилів життя можна застосувати два наукові підходи: один полягає в тому, що в центрі уваги дослідника перебувають стильові особливості життя представників певної соціальної групи, а другий — у тому, що фокусом дослідження стають певні тенденції в організації життєдіяльності людей, що пронизують різноманітні стилі життя.

У цьому розділі ми обрали другий підхід і будемо розглядати наскрізні соціальні стильові тенденції, що різною мірою реалізуються в життєпроявах особистості й соціальних груп, зокрема такі, як плюралізація стилів життя, орієнтація на успіх, консьюмеризація, гедонізація, інформатизація, віртуалізація, приватизація і публіцизація життя, просторова і професійна мобілізація.

Плюралізація стилів життя. Можливості особистості у виборі форм життєвої поведінки, різноманітних стилів самопрояву залежать від внутрішнього світу (світогляд, ціннісно-нормативна сфера, установки тощо), а також від рівня її доброботу й демократичності умов життя, від широти її включеності у публічний контекст, у повсякденне життя свого суспільства, у світові події. Чим вищий рівень доброботу, чим демократичніше і толерантніше суспільство, тим кращі умови у ньому складаються для розгортання багатоманітності стилів життя, форм самоствердження і самореалізації особистостей.

Плюралізація стилів життя виявляється як процес ускладнення форм життєдіяльності людей у суспільстві, врізноманітнення форм життєпроявів, дедалі більшої відповідності варіантів соціальної поведінки людей їхнім особистісно-типологічним характеристикам. Урізноманітнення виявів людського життя ґрунтується як на змінах суспільного характеру, так і на технологічних інноваціях. Диверсифікацію стилів життя стимулює демократизація суспільного життя, його лібералізація, утвердження в суспільстві толерантності до співіснування різноманітних субкультур.

У пострадянських країнах склалися додаткові умови, що сприяють плюралізації стилів життя населення. Одна із таких умов — розпад старих цінностей: світоглядних, моральних, культурних. Для багатьох людей життя за цих умов втрачає смисли. Вони не вписали себе в нову систему ціннісних координат, не знайшли життєвого стрижня. Така ситуація продукує також певний стиль життя — маргінальний, об'єктивно спрямований на психологічне і моральне самознищення: примітивізм міжособистісних відносин, чвари, пияцтво.

Крім того, сучасні технологічні зміни динамізують зміни технічних умов існування людей, а звідси — повсякденних життєвих відносин. Під впливом інформатизації суспільства відбуваються зміни характеру, форм і способів людського спілкування, що викликає урізноманітнення стилів життя. А пришвидшення темпів технологічних інновацій веде до прискорення частоти зміни стилів життя. У цих умовах зростає імовірність співіснування традиційних, сучасних і новітніх стилів життя особистості. До того ж з'являється ще й такий феномен, як скорочення теперішнього. Про ці явища Г.Люббе пише так: “у динамічній цивілізації, зі зростанням кількості інновацій на одиницю часу, зменшується хронологічна відстань до того минулого, яке у багатьох життєвих відносинах уже застаріле, в якому ми не можемо вже розпізнати звичної структури сьогоденного життєвого світу і яке через це видається нам чужим і навіть незрозумілим. Скорочення теперішнього, зумовлене зростанням інновацій, означає — разом зі скороченням хронологічної відстані до минулого, що стало чужим, — також і невинне зменшення кількості років у майбутньому, проживши які, нам судилося потрапити в життєві відносини, суттєво відмінні

від нинішніх. Одне слово, скорочення теперішнього — це процес скорочування тривалості часових інтервалів, у яких ми можемо розраховувати на певну сталість наших життєвих відносин” [1, с. 96].

Наслідками скорочення теперішнього є те, що плюралізація стилів життя відбувається як діахронічно, так і синхронічно. У першому вимірі скорочення теперішнього виявляється так, що впродовж життя людина змінює кілька разів стилі життя, причому із покоління в покоління це відбувається із прискоренням. У зв'язку з високою динамікою зміни життєвих стилів перед особистістю загострюється питання збереження самототожності в часі.

У результаті дії цієї тенденції дедалі помітнішими стають відмінності стилів життя між поколіннями. Отже кожен час, кожна доба, кожне “тепер” виявляє себе як співіснування поколінь — молодого, середнього і старшого. У зв'язку з цим ще Сартр наголошував, що “так звана епоха є місцем зустрічі багатьох поколінь, які відрізняються одне від одного різним майбутнім і минулим, хоча й об'єднуються в суперечливому синтезі, бо у них *одне теперішнє*” [2, с. 37].

Утім, плюральність стилів життя збагачується не лише завдяки наявності в один час різних поколінь із різною системою стильового розмаїття, а ще й тим, що кожне окреме покоління є, своєю чергою, змістовочасовим континуумом. Як писав Е.Блох, “не всі люди існують в одному і тому самому Тепер (*Now*). В одному Тепер вони об'єднані лише зовнішнім чином, завдяки тій обставині, що їх усіх можна бачити сьогодні (*today*). Але це не означає, що вони живуть в один і той самий час з іншими” [3, с. 22].

Отже, тут ми маємо справу з неодноразовістю одночасного. Особливо помітною неодноразовістю одночасного є в нашому перехідному суспільстві, що переживає тривалу системну кризу. Більшість населення нашої країни потрапила в такі життєві обставини, коли її матеріальний ресурс не може забезпечити повноцінного функціонування в усіх сферах — побуті, освіті, охороні здоров'я, культурі, відпочинку тощо. Вони відтворюють лише ті аспекти життя й тією мірою, що забезпечує їм елементарне фізичне і соціокультурне виживання.

Згадані суперечливі соціальні процеси в підсумку розгортаються так, що примножують стилі життя (або принаймні стилі вижи-

вання), які існують у суспільстві одночасно, тобто відбувається подальша синхронічна плюралізація — кожне зі співіснуючих поколінь має безліч специфічних для нього стилів життя, а суспільство загалом характеризується величезним різноманіттям стилів життя.

Стильова плюралізація характеризує всі сфери сучасного життя українського суспільства. Проте плюралізація стилів життя не є гарантією їх змістової наповненості, навіть якщо йдеться про ті соціальні групи, які проблема виживання не заторкнула. Ми є свідками поширення в суспільстві примітивних стилів життя, котрі є результатом агресивних рекламних атак, формою, зручною для утвердження банального споживацтва (за яким стоять транснаціональні компанії, які розширюють свій ринок). Такі стилі життя несамостійні, вони виступають як наслідування певним моделям поведінки, взірцям учинків. Моделі створюються як віртуальні образи, як бренди. На модель орієнтуються, її маніфестують як референтний спосіб поведінки. Він формується не як результат особистісної оригінальності — характеру, особливостей внутрішнього світу, ціннісної системи, а як зовнішньо привабливий образ, якому б хотіла відповідати особистість. Причому її бажання також, у принципі, не її власні, не результат її внутрішньої духовної роботи, а щось нав'язане їй ззовні, через ЗМІ, рекламу. Таким чином, бажання здаватися кимось, демонстрація набору певних особистісних якостей, показне виявлення деяких внутрішніх рис, підкорене певному взірцю, по суті, є не безпосередньою індивідуальною поведінкою, а стилізованою поведінкою.

Звісно, цьому можна заперечити й сказати, що у сучасному суспільстві практично всі види поведінки особистості є стилізованими, оскільки вони більшою чи меншою мірою детерміновані модою а, відтак ця поведінка ставить під сумнів існування самого феномена стилю життя, оскільки існує лише стилізація.

Певною мірою це так, проте люди відрізняються саме мірою стилізації своєї поведінки. Ця міра розкривається через категорії “бути” і “здаватися”. Стилізованою поведінкою можна назвати таку поведінку особистості, у якій переважають мотиви, бажання здаватися кимось, яка розгортається під тиском деякої зовнішньої схеми, якій має відповідати поведінка. Натомість в автентичній

поведінці особистість розкриває свої внутрішні цінності, самореалізується на засадах особисто вироблених уявлень про належне. Це така поведінка, яку людина відчуває і переживає як внутрішню свободу.

За сучасних умов зростають можливості для розгортання плюралізму марень, ілюзій, що їх особистість сприймає як спосіб самоствердження і самореалізації. Проте цей оманливий стан, в якому перебуває особистість, рано чи пізно добігає кінця, відбувається крах ілюзій, розчарування. І єдине, чим людина може пишатися, це те, що її примари були оригінальними, неповторними, що вона була вищою за колективні ілюзії. Це не тільки форма ескапізму, а й певна форма плюралізації життя, але життя удаваного, ілюзорного. Можливо, тут ми маємо справу радше із певною субкультурою, ніж зі стилем життя.

Отже, сучасні суспільні й об'єктивні умови (сприятливі й несприятливі для особистості), і суб'єктивні (адекватні й неадекватні щодо сприйняття дійсності) сприяють формуванню нових стилів життя, їх примноженню.

Орієнтація на життєвий успіх — це спрямованість поведінки соціальних суб'єктів на досягнення високого результату на життєвому шляху, завоювання вершин кар'єрного зростання, здобуття високого соціального статусу, популярності, слави. Цим завданням підкоряються всі інші особистісні інтенції, навіть ціною відмови від належної уваги до близьких людей, дітей і батьків, від відпочинку, відпусток, ціною інтенсифікації трудових зусиль, а нерідко й ігнорування моральних норм.

Орієнтація на успіх зумовлена зміною суспільних цінностей, що правлять за орієнтир людських стратегіях. Під їх впливом корелюються вимоги до особистісних якостей працівника. Затребуваними стають такі риси, як спрямованість на успіх, на кар'єру, на самоствердження, амбітність, честолюбство тощо. Кар'єрна мобільність останнім часом притаманна трудовій поведінці певної частини наших працівників, особливо молодих. Особистості цього типу перебувають у постійному пошуку для себе нових місць роботи — більш престижних, із вищим соціальним статусом і більшою зарплатою [4]. Для них характерне перебування, за словами одного дослідника, в ситуації "постійності невизначеності" [5, с. 45].

Подібна “відмобілізованість”, зорієнтована на просування професійною вертикаллю, не обов’язково веде до надто частоті зміни робочих місць, що може викликати підозру в роботодавців. Але такі люди перебувають у постійному стані перевірки власної ціни, зондажу ситуації з метою встановлення, чи не задешево вони себе “продають” на поточному робочому місці. Навіть за наявності міцних позицій на своїй посаді такі люди надсилають до інших організацій свої автобіографії, резюме. Вони впевнені, що тривала затримка на одному робочому місці негативно впливає як на власну репутацію, так і на збагачення своїх професійних і загальнокультурних знань та навичок. Люди, зорієнтовані на кар’єру, постійно тримають себе у формі готовності для переходу на престижнішу роботу. З цією метою вони ведуть попередні переговори з різними фірмами й установами з приводу можливого працевлаштування і розглядають таку поведінку як набуття досвіду, певне особистісне тренування. Своєю соціальною поведінкою вони провокують ситуації, в яких уся увага буде прикута саме до них, створюють обстановку, в якій можна себе вигідно показати (наприклад, виконання понадурочної роботи без вимоги оплати за неї, різноманітні ініціативи, що йдуть на користь організації). Але заради пришвидшення кар’єрного просування вони здатні навіть на заздалегідь обміркований шантаж, поширюючи чутки, ніби їх кудись запрошують на значно вищу посаду, подаючи заяву про звільнення тощо. Люди, зорієнтовані на успіх і кар’єрне просування, не лише готові до опанування нових спеціальностей і професій, а й до здобуття кількох дипломів.

Орієнтація на успіх не обмежується лише кар’єрною мобільністю. Це явище значно складніше. Його розгляду присвячено восьмий розділ нашої монографії.

Консьюмеризація — це одна із центральних тенденцій сучасного суспільства, а ще наскрізна лінія життєвої поведінки індивідів, сенс якої полягає у сповіданні такої ієрархії цінностей, де найвищі позиції посідає споживання. Причому цінності споживання стають регулятором поведінки особистості не лише у сфері споживання, а й у всіх інших сферах суспільного буття. Ці цінності виступають центральним, провідним елементом, що організує життя людини.

Масова поширеність цінностей споживання, орієнтація суспільної поведінки, стилю життя переважної більшості людей на споживання матеріальних благ дали підставу називати таке суспільство суспільством споживання. Умовами його виникнення є значний економічний і технічний розвиток, певне зростання доходів населення, що відкриває людям доступ до значної кількості товарів, скорочення робочого дня і збільшення вільного часу, індивідуалізація споживання. Але головною умовою суспільства споживання є ринкова, капіталістична економіка, принципом життя якої є отримання прибутку. Необхідність збільшення прибутку організовує все суспільне життя таким чином, щоб якомога більше людей було зацікавлено у придбанні нових товарів. Стимулюються цілі галузі людської діяльності, спрямовані на формування у людини певних смаків, уподобань, бажань, цінностей, моделей поведінки, інтересів. Завдяки вкоріненню феномена моди, через масове впровадження реклами орієнтація на споживання проникає в усі соціальні групи і верстви. Виникає таке явище, як конкуренція споживачів. Його основними рисами є те, що людина втягується в споживацьку змагальність, у її шкалі цінностей присутня червона риска, котра нагадує їй про те, що вона не може споживати гірше за інших (принаймні в тих видах споживання, які перебувають на видноті). Разом із тим людина опікується тим, щоби зберегти індивідуальність споживання, не допустити злиття з масою, натовпом. Крім того, стилі споживання виступають формою демонстрації соціального статусу особистості, формою суспільного самоствердження. Але й цього мало. Запроваджується суспільний механізм пришвидшення темпу зміни моди, а тип споживання набуває безглузлого характеру: через рекламу справляється шалений тиск на особистість, аби вона відмовлялася від цілком придатних для користування речей і купувала нові. Крім того, цей самий механізм символічного споживання нав'язує такий абсурдний процес, як брендове споживання. Споживання остаточно відривається від сенсу споживання, своєї так званої онтологічної основи. Споживається не споживча якість товару, послуги, а його символ, бренд фірми. Товар однієї якості суттєво залежить від наявності на ньому певного модного, "розкрученого" через рекламу символу — бренду.

Усе це вимагає від особистості бути в стані готовності до нових витрат, а отже, й до нових трудових навантажень, до пошуку додаткових доходів, які б давали їй змогу бути сучасною, модною, престижною. Зрештою, такий тип споживання стає способом закріпачення людини, робить її додатком до моди, реклами. Споживання втрачає первинний сенс — бути засобом відтворення людських потенцій для здійснення цілей, притаманних лише людській істоті. Воно перетворюється на споживацтво, тобто споживання як самоціль.

Споживацтво як провідна тенденція суспільства принижує, спотворює інші вияви людського буття, зрештою примітивізує саму людину. Адже воно відтісняє на периферію і життя суспільства, і життя окремої особистості суто людські види активності — духовне і фізичне самовдосконалення особистості, її інтелектуальну і художню творчість, політичну і громадську діяльність тощо. Воно підкоряє собі інші види людської діяльності і надає їм своїх смислів. Так, освіта в контексті консьюмерного суспільства набуває сенсу не розвитку особистості, а засобу, що відкриває ширші можливості споживання.

Навряд чи хтось заперечуватиме, що культурно, соціально розвинена людина повинна мати розвинену, гідну, багату, різноманітну сферу споживання. Але якщо в суспільстві все обертається навколо споживання, це явно свідчить про суспільну хворобу, про ваду, що примітивізує людину. Про загрозу, яку становить споживацтво як провідний спосіб життя суспільства для природи, довкілля, для ресурсів майбутніх поколінь, взагалі годі казати.

Для нашого суспільства, яке значною мірою почало орієнтуватися на західні цінності, але яке водночас є бідним суспільством, процеси консьюмеризації набувають деформованого вигляду. Позбавлена відповідного достатку, щоби включитися у справжню західну споживацьку конкуренцію із гонитвою за оригінальними брендами, з орієнтацією на престижні центри моди та їхню продукцію, значна частина наших громадян компенсує все це разом через секонд-хенд.

На жаль, секонд-хенд став повсюдним, а не тільки у сфері споживання промислових товарів. Хоч як це прикро, але у нашій країні значного поширення набула індустрія підробок, виробництво

контрафактних товарів, зокрема продовольчих. Секондхендизація продовольчих товарів уможливилася завдяки різкому зниженню контролю з боку держави за якістю продовольчих товарів порівняно з тими нормами, що побутували за радянських часів. Тепер на переважну більшість продовольчих товарів в Україні не існує загальнодержавного стандарту. Його місце заступили так звані технічні умови, котрі розробляє практично кожен виробник і затверджує на місцевому рівні. З огляду на масштабну безвідповідальність посадових осіб, їхню підкупність, корумпованість такі “технічні умови” успішно затверджуються на будь-яку продукцію, тобто відкривається шлях неякісним, ба навіть шкідливим продовольчим продуктам, напівфабрикатам тощо.

І все одно правовою системою держави, принаймні теоретично, вважалися злочином подібні масові дії і можна було сподіватися, що органи контролю бодай в окремих випадках запобігатимуть злочинам. Але після вступу до СОТ від України під виглядом скорочення бюрократичних ланок на шляху виробника вимагають ліквідувати державні органи, що контролюють якість товарів, зокрема Держстандарт. Це може призвести до того, що український ринок буде наповнений товарами найнижчої якості, зокрема й генетично модифікованими продуктами, оскільки у нас і досі немає закону, який би регулював доступ таких продуктів до країни.

Зрозуміло, що за умов наводнення ринку неякісними товарами другого гатунку можна імітувати багатоманіття стилів споживання для переважної більшості населення. Про багатих тут не йдеться. Утім, це буде виявом дуже специфічної, української консьюмеризації.

Гедонізація стилів життя виявляється у бажанні його суб'єкта робити зі свого життя задоволення, спрямовувати свою життєдіяльність на комфорт, розвагу, безтурботність. Ідеал життя у гедоніста полягає у відсутності конфліктів, болю і страждань. Ця спрямованість стилю життя прийшла на зміну орієнтації суспільного суб'єкта на працю (духовну, інтелектуальну, фізичну), на творення, на напруження, на високу мету, на турботу про інших, на власну відповідальність за інших, за стан, в якому перебуває суспільство. Гедонізація несумісна з таким явищем, як громадянськість. Вона передбачає або соціальну інфантильність, або цинізм особистості. Гедоніст викреслює із царини своєї свідомості

тему соціальної недосконалості, соціальної несправедливості, соціального зла. Виправданням цього є прямолінійна теза про те, що ідея суспільного прогресу є хибною, що світ не поліпшується. Хоча при цьому ігнорується більш глибока і тонка світоглядна позиція, висловлена свого часу братами Стругацькими: ти зобов'язаний світ робити кращим, хоча нібито це й неможливо; що світ, згідно з Другим законом термодинаміки, рухається до хаосу, і єдиною силою, здатною протистояти цьому, є людина. Гедонізація стилів життя виявляється в тому, що його носії спираються на моральні максими такого ґтибу: я нікому нічого не винен; я не збираюся приносити себе в жертву будь-кому і будь-чому, навіть великому, святому; я маю право жити так, як хочу, думати і говорити, що хочу [6].

Хоча від суспільства індивіду нікуди не дітися. Зовнішній вияв гедонізації як індивідуалізації, “автаркізації” насправді обертається ще більшою залежністю від соціальних інститутів. У.Бек зазначає, що в сучасному суспільстві (або, за його словами, у Другому Модерні) життєвий акцент переноситься з колективів, груп на особистість. Це створює видимість посилення процесу індивідуалізації. Проте дослідник запитує: “Що за цим криється? Чи насправді це індивідуалізм? Чи справді поширилися епідемія індивідуалізму, одержимість власним, автаркічним “Я”?” Аналізуючи цю проблему, він доходить висновку, що сьогодні складається суспільство власного життя. На відміну від попередніх епох, де особистість перебувала під тиском і контролем усталених традицій, норм і цінностей, складається враження, ніби сучасне суспільство дає повну свободу вибору особистості. Втім, насправді її власне життя цілком залежить від інститутів — “місце зобов'язувальних традицій заступають інституціональні розпорядження”.

У.Бек пропонує розрізняти індивідуалізацію, “інституціоналізований індивідуалізм” Другого Модерну як тип системних суспільних відносин та “атомізацію”, автаркічну особистість, що творить своє життя наодинці. У сучасному суспільстві “одинак не є “монадою” (Лейбніц), а якраз навпаки, стає дедалі залежнішим від інших людей і навіть усесвітніх інститутів. Ідея “самостійної” ринкової людини є чистою ідеологією і зрештою веде до втрати сенсу взаємних зобов'язань” [7].

Реалізація задоволення не обов'язково набуває пасивних, блаженних, заспокійливих форм. Виявом гедонізму за сучасних умов є також гострі відчуття, що можуть досягатися, наприклад, в екстремальних видах спорту: стрибки з парашутом, автоперегони, дайвінг, альпінізм, спуск гірськими річками на байдарках тощо. За такої психологічної спрямованості особистість також тяжіє до егоцентризму. Принаймні її життєві вибори на користь комфорту неминуче конфронтують з альтруїзмом. Центр життя особистості за такої стильової поведінки переміщується зі сфер трудової діяльності, освіти, творчості до сфери відпочинку, споживання, розваг, насолоди. Гедонізація накладає свій відбиток на всі вияви стильової діяльності особистості.

У різні епохи гедоністи прагнули мати специфічний зовнішній вигляд, певний публічний тип поведінки. Колись їх називали "денді". Вони створювали моду в одязі, ретельно стежили за собою, за своєю зовнішністю. Сьогодні їх радше назовуть метросексуалами. Останні заступили місце тих чоловіків, які цінували ризик, витриманість, спритність. Уперше термін "метросексуал" застосував американський журналіст Марк Симпсон. Його носія він описав як тип молодого, спортивного типу городянина з нарцистичними рисами, який полюбляє модно, красиво вдягатися відповідно до вимог глянцевого часопису, який є знавцем наймодніших брендів товарів і послуг, який багато часу приділяє відвідуванню престижних магазинів, який приділяє багато уваги своїй зовнішності і є постійним клієнтом фітнес-центрів, салонів краси, масажних кабінетів. Поле його самоствердження перебуває у сфері вільного часу [8].

Ці стилі життя відображають певні періоди існування суспільства. І денді, і метросексуали віддзеркалюють стильову гедонізацію, що є зрозумілою для цього часу і для цього суспільства. Відповідні стилі є продуктами соціального середовища, здатного розшифрувати таку поведінку, декодувати знаки, якими самостверджують себе люди в цих стилях життя.

Просторова мобільність — це риса стилів життя, пов'язана з тим, що для особистості місце проживання вже не виступає ані емоційною, ані раціональною цінністю, що втримує, прив'язує її до певного населеного пункту, регіону, країни. Періодичні, досить

часті географічно-просторові переміщення на великі дистанції, зміна постійного місця проживання, що їх людина здійснює, сприймаються нею як елемент буденності. Вона перебуває у постійному життєвому мандрі. Щохвилини мільйони людей лише в нашій країні переміщуються в потягах, автомобілях, теплоходах. Упродовж тижня, місяця вони багато годин перебувають в такому русі. За даними моніторингу Інституту соціології НАН України, у 2008 році впродовж останніх 30 днів перед опитуванням 6% дорослого населення користувалися потягами, 11% міжміськими автобусами, 23,5% — приміськими автобусами, 12% — електричними, 1% — літаками. Сучасні технології надають нові способи транслокації — Інтернет, телефон, факс, SMS тощо. На цій основі формуються новітні стилі життя, що розгортаються полілокально й охоплюють позатериторіальні спільноти. Прикладом просторової мобілізації є стиль життя фрілансерів (freelanser — вільний працівник). Про цей стиль життя людини в економічній сфері ми скажемо далі, у восьмому розділі, а тут лише зазначимо: його специфікою є те, що принципово по-новому, по-перше, організовується фізичний простір, в якому здійснюються взаємини між працівником і роботодавцем; по-друге, іншою є організація робочого часу працівником; по-третє, облаштування його робочого місця. Передусім такий стиль життя набуває дедалі більших масштабів у працівників творчих професій — журналістів, публіцистів, перекладачів, експертів, економістів, політологів, соціологів, науковців інших спеціальностей, дизайнерів, програмістів тощо. Вони можуть проживати за тисячі кілометрів від роботодавців, бути мешканцями різних країн, домовляючись Інтернетом про умови роботи й оплати праці. Працівник сам обирає для себе режим праці, робоче місце, початок і кінець робочого дня тощо.

Просторова мобільність підточує засади традиційного життя людей, яке було організоване на єдності території і розміщеній на ній людській спільноті. На цьому принципі організована й сучасна держава. Сім'я, поселенська громада, етнос, держава — всім цим соціальним інститутам просторова мобільність кидає виклик. Лише 38% дорослого населення нашої країни протягом останнього року нікуди не виїздило зі свого населеного пункту. Решта кудись виїжджали — хто раз, хто кілька. Їхали в інший населений

пункт на роботу, у відрядження, за покупками, щось везли на продаж, їхали в гості, на відпочинок тощо. 4% опитаних з різних причин були за кордоном. Ці дані нашого моніторингу доповнює інформація Держкомстату — у 2007 році понад 17 млн громадян України виїжджали за кордон, приблизно стільки ж приїздило до нас іноземних громадян.

Життя людей, залучених у масштабну просторову мобільність, є ускладненим. І річ не лише в труднощах подорожей, побутовій невлаштованості. Їхня повсякденність структурується таким чином, що в ній уживаються сегменти кількох культурних світів. Глобально-мобільна особистість, як правило, має складну ідентичність, вона одночасно поділяє цінності кількох культур. Це явище називають глобалізацією біографії [7]. Остання може утворюватися під впливом різних типів просторової мобільності. По-перше, таким типом є традиційна мобільність, коли людина залишає свою країну і переїздить на постійне місце проживання до іншої країни, тобто стає мігрантом. По-друге, дедалі більше стає людей, які є полілокалами. Вони можуть і не змінювати громадянства, але впродовж року тривалий час живуть у різних місцях планети, у різних країнах.

Професійна мобільність — це такий соціальний тип розгортання життєвого шляху особистості, коли вона неодноразово змінює професію, спеціальність. Необхідність у зміні професії першою чергою зумовлена не особливостями її характеру, а суспільними умовами — змінами технологій, відмиранням одних професій і появою нових, переструктуруванням економіки, зміною попиту на певні професії, зміною вимог до кваліфікації працівників тощо. Сучасні обставини висувають додаткову вимогу до особистості працівника, яку називають флексибільністю, або гнучкістю. Під гнучкістю тут розуміють здатність працівника швидко адаптуватися до виробничих умов, до нових технологій, до нових вимог на робочому місці.

Демократизація стилів життя — процес забезпечення прав і свобод людини на всіх рівнях суспільного життя, визнання й реалізація прав меншин, участь населення у формах безпосередньої демократії — виборах, референдумах, громадських обговореннях тощо.

У сучасному українському суспільстві, щоби згладити неприємне враження, політики нерідко апелюють до того, що у нас, мовляв, відбулися і поглиблюються процеси демократизації держави, всього життя суспільства. Справді, в країні створено інститути демократії, є Конституція, працює парламент, існує певний рівень свободи слова тощо. Проте ці явища ще не є доказом того, що демократія проникла в усі верстви суспільства, в усі його інститути, а тим паче — доказом того, що у нас демократизація охопила стилі життя населення. У реальному житті багато речей, пов'язаних з демократизацією, мають формальний характер. Це відчувають на собі пересічні громадяни. На запитання анкети моніторингу “Якою мірою Ви задоволені чи не задоволені тим, як розвивається демократія в нашій країні?” 58% респондентів у 2008 році відповіли негативно. Громадяни дедалі більше розуміють, що демократія не має нічого спільного з уседозволеністю, хаосом, беззаконням. Лише право, дотримання закону на практиці може забезпечити демократію.

Наскільки правовою можна вважати нашу країну? Наскільки високою є довіра населення до державних інститутів, до закону, до правоохоронних органів, до найвищих посадовців держави? Наскільки правоохоронні органи є незалежними?

Події останніх півтора-двох років спричинили величезне розчарування у громадян щодо дій державних органів у плані дотримання закону. Протистояння представників різних гілок влади, війна указів, розпоряджень, рішень судів, трагікомічні події, коли одночасно існує по кілька генпрокурорів, глав адміністрації однієї області підриває довіру як до окремих посадовців, так і до державних органів і закону. Усе це переконує громадян у тому, що у нас в державі закон не діє, або діє вибірково. Такий стан речей дає нам підстави віднести Україну до псевдоправових країн і країн з “імітаційними демократіями”. Що це саме так, переконує стан суспільної свідомості, ставлення населення до органів різних гілок влади, до засад демократичного устрою, а також рівень довіри громадян до основних державних інститутів. Зокрема, 2008 року президентові не довіряють 50%, а повністю довіряють лише 3,5%, ще 20% переважно довіряють. Верховній Раді України не довіряють 59% громадян, повністю довіряють лише 1%, 11% переважно

довіряють. Не краща ситуація і з довірою до уряду. Повністю йому довіряють лише 3% громадян, тоді як не довіряють 54%.

У країні склалася широка формальна демократія за слабкості й ознак руйнування державних інститутів і навіть паралічу деяких із них. Довіра до судів, прокуратури, міліції у нас вкрай низька. 2008 року 56% громадян не довіряли міліції, а довіряли лише 14%. За довірою до міліції ми стоїмо на останньому місці серед європейських країн. Про це свідчить Європейське соціальне дослідження, в якому разом із 23 країнами бере участь і Україна. Якщо взяти найвищий рівень довіри (“повністю довіряю”) за 10 балів, а найнижчий (“зовсім не довіряю”) за 0, то в Україні рівень довіри до міліції є трохи більшим за 3 бали.

Така ж сумна ситуація і щодо довіри до прокуратури. Їй не довіряють 53%, а довіряють 12% громадян. Судам не довіряють 55%, а довіряють 12%. І за рівнем довіри населення судово-правовій системі ми також на останньому місці серед європейських держав, хоча ще два роки тому нижче за нас були Словенія, Чехія, Словаччина і Польща.

Отже, “диктатури закону” в Україні не вийшло, як і “чистих рук”, як і “бандитам тюрми”, як і відокремлення “бізнесу від політики”. Люди переконалися, що подвійні стандарти щодо закону, тобто демократичні, правові гасла на Майдані, і реальна, повсякденна правова поведінка можновладців — це різні, ба навіть дуже різні речі. У реальному житті 68% опитаних бракує дотримання чинних у країні законів, 61% — дотримання прав людини, 53% — захисту від злочинності, 47% — юридичної допомоги для захисту своїх прав та інтересів.

А з іншого боку, за останні 12 місяців 97% громадян не зверталися з приводу розв’язання особистих проблем до прокуратури, 94% — до адвоката, стільки ж — до суду.

Розчарованість населення в практиці функціонування влади, інститутів демократії підштовхує людей до висновку, що ці інститути не потрібні. Так, серед населення поступово більшає частка тих, хто вважає, що Україні не потрібна основа основ сучасної демократії — багатопартійність. Якщо у 1994 році на запитання “Чи потрібна, на Вашу думку, Україні багатопартійна система?” негативно відповідали 30%, то у 2008 році таких було вже 43%.

Одночасно скорочується частка тих, хто підтримує багатопартійність, — від 36% до 26%.

У суспільстві поширюються авторитаристські настрої. Зростає частка тих, хто вважає, що кілька сильних керівників можуть зробити для нашої країни більше, ніж усі закони й дискусії. Якщо у 1994 році таких було 40%, то у 2008 році — вже 62%.

Тенденції маніпуляції свідомістю громадян через ЗМІ, політтехнології, спекуляції на довірі виборців через обіцянки, які ніхто не збирається виконувати, підривають засади демократії. Такі явища знецінюють тенденцію демократизації, роблять її формальною, що породжує специфічні риси стилів життя, — відчуженість, скептицизм, цинізм.

Лібералізація стилів життя. У даному контексті ми вживаємо поняття лібералізації не в політичному й політологічному сенсі, тобто як певну політичну течію, як систему уявлень про політичні, економічні та духовні цінності. Хоча цей термін справді запозичений із політики, але він уже давно поширився за її межі. У повсякденному житті побутує ширше тлумачення терміна “лібералізація”. Воно означає послаблення обмежень для особистості в усіх сферах суспільного життя, зняття різноманітних меж, табу, заборон на певні форми її поведінки, на доступ до певних соціокультурних груп, на контакти між групами, на перехід представників однієї соціальної групи до іншої, на зближення дистанцій у соціальному спілкуванні, на послаблення соціального контролю над певними видами публічної поведінки. Лібералізація в цьому контексті означає відхід від традиції. Скажімо, послаблення певних норм, розширення діапазона їх вживання, поширення терпимості до певних видів поведінки можуть бути зрозумілі як процес лібералізації за умови їх зіставлення з усталеними в суспільстві чи групі зразками. Такі послаблення стосуються різних сфер. Це утвердження у громадській думці спокійного, доброзичливого ставлення до міжрелігійних, міжетнічних, міжрасових шлюбів, до права людини бути віруючою чи атеїстом, сповідувати ту чи іншу релігію. Це і більш толерантне ставлення інших людей у суспільстві загалом, у певних соціальних групах до виявлення людиною своїх смаків у проведенні вільного часу, в хобі, у виборі творів мистецтва, у вболіванні в спорті тощо. Але найбільш масово

лібералізація як характеристика стилів життя виявляється у різноманітних повсякденних, побутових типах поведінки, у споживанні.

Процес лібералізації стилів життя містить як позитивні, так і негативні тенденції. До позитивних аспектів лібералізації можна віднести сприятливі умови для вияву різноманітних граней особистості, її ініціатив, творчих здібностей. А негативними аспектами лібералізації є розрив у спадковості поколінь, що загрожує цілісності суспільства, його фрагментизації у площині вікових когорт.

Однією з причин лібералізації стилів життя є урбанізація. Місто розширює поле формальних контактів особистості, її поведінка анонімізується, послаблюється соціальний контроль. Місто, особливо велике, ліберальніше до поведінки особистості, до її вподобань, ніж село.

Свій внесок у лібералізацію стилів життя робить світова міграція. Сьогодні в стабільні й економічно благополучні країни приїждять хвилі мігрантів у пошуках миру, заробітку, щасливої долі. А з іншого боку, з країн, що потерпають від військових, релігійних, етнічних конфліктів, від громадянських війн, від економічних криз, злиднів виїждять тисячі й тисячі людей. Мігранти несуть свою культуру, звички, традиції у країни прибуття, а трудові мігранти, повертаючись додому, збагачують свої суспільства багатьма елементами культури тих країн, де вони працювали. В результаті цих процесів на побутовому рівні відбувається інтенсивний обмін культурними нормами, здійснюється взаємовплив культур, а отже, руйнуються забобони, упередження, формується толерантніше ставлення до нових для даного суспільства стилів життя.

Інформатизація життя — зростання насиченості, інтенсивності комунікаційних зв'язків особистості, їхніх форм і способів, різке зростання різноманітної інформації, що спрямовується на людину в різних формах: індивідуальній, колективній, масовій. Особистість споживає велетенську кількість інформації із різноманітних джерел: газет, часописів, книжок, радіо, телебачення, кіно, Інтернету, мобільного зв'язку, реклами тощо. Розвиток комп'ютерних та інших технологій супроводжується глибокими змінами у стилях життя. Глобальна телекомунікаційна система Інтернет (із різноманітними можливостями письмового, звукового й зорового двостороннього і багатостороннього зв'язку), масовий мобільний зв'язок,

система інших новітніх засобів, базованих на цифрових технологіях (програвачі, плеєри, диктофони), зовнішня реклама тощо є чинниками, що кардинально перетворюють життя людей. Зазначимо, що за даними моніторингу Інституту соціології НАН України, у 2008 році Інтернетом користувалося 27% дорослого населення країни, мобільним телефоном — 71%.

Інформатизація змінює стилі життя особистості у сфері праці і відпочинку, у сфері політики, громадського життя й у побутовій сфері, у робочий і позаробочий час. Вище ми вже гадували про новий стиль життя людини у сфері праці, що зародився завдяки інформаційним технологіям — фрілансерський. Він означає появу нового технологічного типу відносин між роботодавцем і найманим працівником. У соціально-економічному плані тут мало що змінюється — роботодавець залишається роботодавцем, а найманий працівник — найманим працівником. Але в технологічному плані цей стиль життя приваблює як роботодавців, так і виконавців. Для працівника він є привабливим, бо створює уявлення незалежності, свободи. Людина сама планує й реалізує на власний розсуд роботу в межах доби, тижня тощо. Вона не відчуває безпосереднього і досить жорсткого контролю організації, трудового колективу, морального й психологічного впливу керівництва і колег. Крім того, знімається щоденна транспортна проблема. Декого робота фрілансера влаштовує, позаяк уможливорює догляд за дітьми чи літніми, немічними, інвалідами.

Для роботодавців такий стиль роботи працівника привабливий тим, що для нього не треба організовувати робочого місця — не потрібні приміщення, немає витрат на утримання, меблів, оргтехніки тощо.

Так чи інакше, але цей стиль поведінки набув значного поширення. За останні п'ять років в Україні кількість фрілансерів зростає у 30 разів [9]. Утім, частка фрілансерів серед зайнятого населення ще мала, оскільки в нашій країні недостатньо розвинена мережа Інтернет. Оскільки цей стиль праці ще є новим, його переваги й недоліки не вочевиднилися достатньою мірою. Але вже зараз можна сказати, що за фрілансерством незрідка приховується високий рівень експлуатації працівника, адже часто-густо фрілансери заради збільшення доходу працюють на кількох замовників, над кількома проектами одночасно.

Новітні засоби комунікації відкривають нові способи спілкування і породжують нові стилі й в інших сферах суспільного життя. Інформаційні технології відкривають не тільки найширші можливості доступу до інформації, до різноманітної комунікації, а й нові форми контролю за особистістю. Останнє можна розглядати як позитивно спрямований засіб, що сприятливо впливає на суспільні відносини, зокрема на комфорт і безпеку громади, суспільства. Так, оператори мобільного зв'язку фіксують усе коло зв'язків абонентів за тривалий час. У разі потреби цим користуються правоохоронні органи при виконанні слідчих дій. Для контролю за особами, які перебувають під домашнім арештом, використовують спеціальні браслети, які цілодобово контролюють їхнє місце знаходження. Набуває поширення імплантація в тіло людини мікрочіпів. Останні застосовують для утилітарних цілей — як пристрій замість ключа до замка від квартири або як засіб для ввімкнення персонального комп'ютера. Вони можуть використовуватися для хворих людей, інвалідів. Взагалі мікрочіпи, вживлені в тіло людини, можна використовувати для збереження й передання особистої конфіденційної інформації. Однак цей напрям використання інформаційних технологій у багатьох суспільствах сприймається неоднозначно. В таких технологіях вбачають загрозу тотального контролю над особистістю з боку держави або інших інститутів. Отже, елементи інформаційно наповнених стилів життя можуть мати різну спрямованість у плані їх змісту і морально-психологічних якостей, тобто серед них можна знайти позитивні, негативні й нейтральні соціальні явища.

До нейтральних інформаційних технологій можна віднести флеш-моб, коли через Інтернет або мобільний зв'язок певне коло людей (знайомих і незнайомих), як правило, від кількох десятків до кількох сотень, домовляється зустрітися в певний час і в певному місці й здійснити якусь показову дію за попередньо наміченим планом — наприклад, зайти до супермаркета і за командою всім разом сісти на підлогу або ж у магазині кілька десятків людей одночасно висипають на підлогу дрібні гроші й починають їх збирати. Вперше флеш-моб зафіксовано в Нью-Йорку 2003 року, коли кілька сотень людей зайшли до меблевого магазину, підійшли до дивана і сказали: “Вау, оце так диван”, а потім швидко

розійшлися. Подібні публічні масові акти не несуть жодного ідеологічного чи політичного навантаження. Як правило, в перебігу їх виконуються абсурдні, безглузді дії, але вся поведінка не є агресивною, навпаки — демонструється дружелюбність, толерантність. Його учасники нічим не порушують закону, громадського порядку. Акція має бути несподіваною і не повторюватися. У таких масових спектаклях сучасне інформаційне стильове розмаїття поєднується із карнавалізацією життя.

Останнім часом окремі акції мобберів набувають певних ідеологічних відтінків: наприклад, кілька сотень людей покладають вінки до зрублених ялинок у міському парку напередодні Нового року.

Прикладом негативного спілкування людей за допомогою новітніх інформаційних технологій може бути булінг. Це явище зародилося в США у середовищі підлітків. Булінг — це надсилання через Інтернет або мобільний телефон інформації до певної особи, що має на меті принизити, образити, залякати її. Це певна форма психологічних образ, ба навіть знущань. Підступність такої поведінки полягає в анонімності й безкарності. Дехто з учасників вважає такі дії кумедними, дехто хоче в такий спосіб помститися, хтось вважає, що саме так слід спілкуватися з невдахами [10]. Назагал ці форми поведінки складаються в окремі стилі сучасного життя.

Кожна із наскрізних тенденцій, що пронизують стилі життя, не існує на практиці як щось відокремлене, ізольоване. Ці явища є складними, багатшаровими. Наприклад, мобільний телефон виступає не лишень засобом зв'язку, а й виконує інші ролі. По-перше, він розширює поле ситуацій взаємодії, оскільки створює додатковий канал спілкування, що практично завжди є відкритим і готовим для спілкування, незалежно від місця знаходження людини. По-друге, збільшує обсяг дистанційної комунікації й скорочує питому вагу безпосереднього спілкування особистості. По-третє, як зазначають дослідники, серед мотивів придбання мобільного телефону, наприклад, у дівчат є й надія частіше бути об'єктом уваги з боку друзів, хлопців (у будь-який час можуть запросити на зустріч, на прогулянку), а у хлопців — як предмет престижного споживання [11].

Віртуалізація — це один із напрямів інформатизації стилів життя особистості, що виявляється в заміні реальних речей образами на екранах. Віртуалізація життя полягає в тому, що особистість значну частину свого добового балансу часу перебуває в контакті з екраном: комп'ютера, телевізора, кіноекрана, рекламного табло, екрана мобільного телефону, смартфона тощо. Людина глибоко занурюється у світ екранних образів, приймає логіку їхньої поведінки, взаємодіє з цими образами за певними правилами, характерними для віртуального простору. Останній стає для особистості другою реальністю — віртуальною.

Життя у віртуальному просторі стає значимим і важливим для людини. Воно тісно вплетене в традиційну практику й дається взнаки в усіх сферах життя: в економічній, споживання, спілкування, дозвілля. У кожній сфері суспільства функціонують віртуальні аналоги відтворення суспільства: політичні акції в мережі Інтернет, споживання художньої продукції, ігри й розваги за допомогою комп'ютерів тощо. Процес заміщення реального соціального простору віртуальним і є процесом віртуалізації стилів життя. Багато дослідників вважають, що це означає зміну епох у культурі, що на місце письмової культури, яка ґрунтується на письмовому тексті, заступає екранна культура, в якій переважають зорові образи [12].

На нашу думку, не слід переоцінювати явище скорочення обсягу письмових текстів із появою екранної культури. Адже й у самій екранній культурі значна частина інформації подається у вигляді письмового тексту. З'явилися сотні інтернет-журналів, які існують у вигляді текстів. Крім того, виникло нове явище — власні авторські інтернет-сторінки, інтернет-сайти, мережні щоденники. До цього слід додати відгуки, рецензії на статті в мережі, інші текстові матеріали.

Отже, письмовий текст не зникає, але способи його використання суттєво змінюються. По-перше, письмовий текст у віртуальному просторі може миттєво тиражуватися, тобто подаватися в Інтернеті рядком, що біжить на екрані телевізора, де кількість його, якщо можна так висловитися, віртуальних копій практично нескінченна. По-друге, для письмового тексту тепер не існує проблеми відстані. Якщо текст представлений у світовій мережі,

це означає, що він доступний у будь-якій точці земної кулі. Потретьє, швидкість його поширення триває від кількох секунд до кількох хвилин. По-четверте, будь-який письмовий текст може стати публічним, оминаючи при цьому зовнішній контроль: редагування, відбір, цензуру.

Із появою екранного світу письмовий текст існує у двох варіантах: на паперових носіях і на електронних носіях, зокрема й у вигляді екранного тексту. А це означає, що не текстова культура замінюється образною, а те, що з появою і поширенням екранної культури суттєво зростає обсяг інформації у вигляді зорових образів, що замість домінування текстової інформації потроху починає домінувати співіснування текстової й образної інформації. Сьогодні говорять, що органічним для віртуального простору є образ, а не текст. Тому, мовляв, у віртуальному полі типовим є образний, а не абстрактно-логічний стиль мислення. Ми вважаємо, що підстав для такого категоричного висновку ще немає. І досі значна частина учасників віртуального простору використовує його як поле для розгортання абстрактно-логічних процесів. Але те, що екран приваблює багатьох людей тим, що не потребує зусиль для сприйняття образної інформації, також неспростовний факт. Крім того, за силою впливу образний ряд є більш дієвим, ніж текстовий, а отже, і його маніпулятивні можливості щодо людської свідомості є значно більшими. Зрозуміло, що ця, остання, характеристика буде козирем у руках тих, хто шукає засобів управління людськими масами.

Екранна культура проникає в усі сфери життя — виробничу, побутову, рекреаційну, духовно-культурну. Виробничу сферу сьогодні навіть важко уявити без комп'ютера, без екрана. Технологічна, технічна, організаційна, облікова й інша інформація у виробничих процесах надходить до комп'ютерів, там її обробляють і виводять на екран. Сучасний працівник управляє і контролює виробничими процесами переважно через екран. Крім того, в окремих галузях економіки соціальні відносини набувають віртуалізованих форм. Вельми поширилася кіберкомерція — економічні інтеракції: банківсько-фінансові операції, замовлення товарів і послуг тощо.

У рекреаційній сфері екранному споживанню сьогодні належить лівова частка: це перегляд телепередач, кінофільмів, слайдів,

фотографій, читання з екрана, електронні ігри. Усі згадані види екранного споживання дуже популярні.

Віртуальне поле приваблює людей. Особливо чутливими до нього є підлітки та молодь. Не маючи достатнього життєвого досвіду, вони із задоволенням входять у віртуальний світ. Там вони сподіваються знайти для себе ті знання, які допоможуть їм краще орієнтуватися в реальному світі, причому передусім їх приваблює не теоретичне, а соціальне знання як досвід, як певний тренінг, що підказує, як треба вчиняти в тій чи тій ситуації з позитивним для себе результатом. У віртуальному просторі підліткам і молоді комфортніше, ніж у реальному житті, отримувати таку інформацію, адже в екрані ніхто тебе не образить, не глузуватиме з того, що ти чогось не знаєш, не вмієш. Про ці “вади”, якими їх вважають дехто з цих людей, ніхто не дізнається. Тут людині легше подолати власний страх.

Екран відкриває величезні можливості для розваг. Комп’ютерні ігри конкурують з художньою літературою, навіть з такою, як пригоди, детективи, фантастика. З’явився тип людей, які присвячують все своє життя екранним іграм. Їх називають геймерами. У багатьох молодих людей, які захоплюються іграми, формується певний тип психічної залежності від екрана комп’ютера. Найнегативніше впливають на психіку агресивні електронні ігри. Вважається, що такі ігри впливають на агресивність поведінки сильніше, ніж телепередачі і кінофільми. Можливо, це пов’язано з тим, що при перегляді фільмів і телепередач людина є глядачем, тобто сприймає інформацію більш споглядально, ніж у разі комп’ютерної гри. Адже тут виступає гравцем, активно впливає на події на екрані, приймає рішення і може вплинути на результат. Саме в цьому й криється небезпека, оскільки, втягнувшись у гру, особистість непомітно для себе втрачає межу між віртуальністю і реальністю, вона повністю ідентифікує себе з героєм гри. Гра для неї перестає бути грою, перетворюючись на спосіб певної моделі поведінки. В електронних іграх присутній ефект занурення. Чисельні сеанси гри стають засобом навчання соціальної поведінки [13]. Але такої точки зору дотримуються не всі дослідники. Дехто вважає, що ця позиція не враховує здатності людини відокремлювати себе від героя. Адже й при читанні казок діти нерідко ідентифі-

кують себе з їхніми героями, проте не вважається, що казки виховують жорстокість. Зокрема вчені Інституту психології РАН після п'ятимісячного дослідження 9–16-літніх дітей, які активно грали в комп'ютерні ігри, не виявили у них жодних психічних розладів, натомість встановили, що “геймери” легше адаптуються серед однолітків.

Недостатня кількість досліджень цієї проблеми, відсутність системних, узагальнювальних праць призводить до того, що практичні інституції також не можуть визначитися щодо певної позиції з цієї проблеми. Приміром, у штаті Індіана у США 2000 року був ухвалений закон, за яким неповнолітні можуть грати в комп'ютерні ігри тільки з дозволу батьків. Але 2001 року Верховний Суд США призупинив його чинність, аргументуючи своє рішення відсутністю наукового підтвердження небезпеки комп'ютерних ігор [14].

Приватизація життя — це структурування і заповнення особистістю свого життєвого простору певними формами життєдіяльності, виходячи зі своїх приватних і особистих інтересів, пререференцій, смаків, уявлень. Приватне життя демонструє певну суверенність і свободу людини в здійсненні індивідуальної життєвої долі. Разом із тим у стилі приватного життя особистості викристалізовується міра відповідальності особистості в її багатоаспектних виявах: відповідальність перед природою, суспільством, історією, своїм життям і життям інших людей. До того ж приватизація може вести до знецінення суспільних інтересів, розростання приватних, причому переважно утилітарних інтересів, егоїзації суспільної поведінки.

Сучасні технології, особливо інформаційні, становлять серйозну загрозу приватному життю особистості. Вже сьогодні існують технічні можливості цілодобового стеження за людиною. Не будемо говорити про якісь спеціальні пристрої для підслуховування, підглядання, нагадаємо лише, що практично все населення країни користується мобільними телефонами, кожен контакт в яких фіксується — чи то розмова, чи то СМС-повідомлення. Що стосується Інтернету, то ця мережа не тільки забезпечує різноманітні форми зв'язку людей, що також фіксуються, а й уможливорює несанкціонований доступ до всієї інформації в комп'ютері користувача. Новітні тех-

нології породжують різноманітні злочини проти приватного життя особи. Вже чимало людей постраждало від того, що злочинці підробили електронні картки і зняли гроші з банківського рахунка, вкрали картку й скористалися нею в магазині тощо.

Публіцизація життя — переміщення елементів особистісного світу із закритого, приватного, інтимного режиму у відкритий для світу, громади, колективу режим. Явище публічності нерозривно пов'язане зі збільшенням недержавних інститутів і посиленням у суспільстві ролі преси. Воно виявляється у збільшенні відкритості для інших свого особистісного світу, спрощенні доступу до нього іншим.

Мабуть, найбільшого руйнування в останні двадцять років зазнали ті соціальні норми, що позиціонуються в суспільній та індивідуальній свідомості як правила поведінки в громадському місці, публічна поведінка особистості. Маються на увазі не якісь писані, формалізовані певною офіційною інституцією інструкції, приписи, а загальноприйняті норми, що побутують у межах даної культури.

Зрозуміло, що ці норми склалися в певний період розвитку суспільства і відбивали інтереси окремих груп, слугували способом регуляції повсякденних відносин на побутовому рівні, були формою реакції на типові ситуації в людському суспільстві певного типу. Тому в кожному суспільстві є норми, що мають тривалий характер, забезпечують у найбільш узагальненому вигляді елементарні форми людських взаємин, забезпечують відтворення певного культурно-цивілізаційного рівня таких відносин. А є норми, що відображають більш конкретні суспільні явища, які вже відійшли в минуле, а норми за інерцією, за традицією ще існують. Проте в реальному житті все зміщується, переплітається, і часом важко відрізнити застарілі, віджилі норми від таких, що забезпечують певну необхідність у формах людських стосунків, підтримують певний рівень взаємоповаги і людської гідності, створюють зручність, комфортність публічного спілкування. Скажімо, людей, особливо осіб старшого віку, дратує, коли молодь у громадських місцях поводить брутально, не поступається місцем у транспорті старшим, слухає гучну музику, голосно розмовляє по мобільному телефону, чепуриться, наводить макіяж, коли хлопці й дівчата прилюдно обіймаються, цілуються.

Очевидно, таку приватизацію публічного життя навряд чи можна виправдати лібералізацією суспільних цінностей. Адже вихід за загальноприйняті норми сприймається як девіація. Але в суспільстві є групи, які вже сприймають таку поведінку як норму. І якщо таких людей набирається багато, то в суспільстві визріває конфлікт. Масові порушення норм поведінки в громадських місцях часто демонструє молодь, і це не сприймається людьми старшого покоління. На цьому ґрунті виникають міжгенераційні конфлікти. Рівень їхньої гостроти залежить від багатьох чинників, але передусім від типу суспільства. Традиційне суспільство жорстко карає за відхилення від норм, від тих звичаїв, що передаються із покоління до покоління. У сучасних суспільствах формується такий тип взаємин людей, за якого існує широка автономія групових норм, їх співіснування.

Публіцизація як риса стилю поведінки передає тенденцію сучасності на згортання сфери приватності (і навіть інтимності) в житті людей і перехід багатьох елементів людського життя із приватної сфери у публічну. Подібні тенденції виявляються в обговореннях у ЗМІ тем, які донедавна вважалися закритими для публічного обговорення, — інтимне життя подружжя, нетрадиційні орієнтації в сексуальній сфері, питання людської гігієни — критичні дні, прокладки, печія, лупа тощо. З цих тем знімається табу в міжпоколінних діалогах, вони стають предметом спільного обговорення представників усіх вікових груп у сім'ї.

Для людей, які посідають певні соціальні статуси, питання публіцизації приватного опинилося поза дискусією. Вважається, що вищий ешелон політиків, урядовців, членів їхніх сімей має бути публічним в усьому, включно з особистим життям. На цьому ґрунті в останні роки розігралося чимало особистих, сімейних драм і навіть трагедій. Згадаймо скандали із президентом США Б.Клінтоном, президентом Франції Н.Саркозі, принцесою Діаною, мером Нью-Йорка Еліотом Спітцером та багатьма їхніми друзями по нещастю.

Приватизація життя за умов демократизації й лібералізації породжує парадоксальний ефект — приватизація розгортається як публіцизація життя. Скажімо, раніше певні групи людей мали стилі життя, що сприймалися в суспільстві як девіантні. За умов

жорсткого соціального контролю ці стилі життя приховували. Тепер же представники цих груп свої специфічні стилі життя проявляють відкрито, публічно, ба навіть демонстративно. Наприклад, приватне життя гомосексуалістів, що раніше приховувалося, тепер публіцизується.

Телебачення засвоїло формат передач, в яких обговорюють проблеми приватного життя конкретних людей. Причому теми, які виносять для дискусії в подібних передачах, раніше могли бути предметом обговорення якоїсь малої групи — родичів, кола друзів чи подруг, близьких сусідів, однолітків, але в жодному разі не “загалу”. Наприклад, у програмах “Вікна”, “Вікна-2” перед численною аудиторією незнайомих людей дочка обговорює на сцені свої складні відносини з батьком, який після смерті матері почав зустрічатися з жінкою і збирається з нею одружитися.

Такі проблеми тепер, по-перше, безпосередньо обговорюються в аудиторії, що налічує кілька десятків осіб; по-друге, ця аудиторія збільшується в мільйони разів, бо опиняється перед телекамерами й до неї приєднуються мільйони телеглядачів. І суто приватне, навіть інтимне стає публічним.

Ще одним прикладом публіцизації особистісних проблем можуть бути блоги, на яких ведуться особисті щоденники. Блогова поведінка стала масовою, набула рис стилю життя, у неї втягнуті сотні тисяч людей в Інтернет-мережі.

Театралізація, карнавалізація суспільного життя. Для життя постмодерного суспільства характерною рисою є проникнення в усі його сфери елементів театралізації, видовищності. Елементи розважальності: лицедійство, гра, іронія, карнавал, шоу вторгаються в політику, в державні справи, бізнес. Сучасні засоби комунікації віртуалізують життя, стирають межі між життям і вигадкою, ставлять в один ряд реальність і фантазію. “Карнавалізація життя — це втрата відмінностей між реальністю і видовищем”, — зазначає Умберто Еко [15].

Ми живемо в світі, де на одному каналі телебачення йде прямий репортаж руйнування веж-близнюків у Нью-Йорку, а на сусідньому — художній фільм, в якому так само падають ці вежі, де на одному каналі дивимось наживо вторгнення американських військ до Іраку, а на іншому — американський трилер із подібним сюже-

том. Ми спостерігаємо на екрані мікс бійки в парламенті й трансляцію чемпіонату світу з боксу, а катання на ковзанах членів уряду змінюється показом спортивних змагань з гімнастики. Розмиваються грані між справжністю і нарочитістю, між істинним і хибним, між фактом і артефактом, роботою і розвагою, між життям і виставою. Це дало підставу Гі Дебору назвати сучасний соціум “суспільством спектаклю” [16].

Елементи гри, показовості проникають у побутову поведінку особистості, надаючи їй певних стильових ознак. Скажімо, вельми поширилося, особливо серед молоді, татуювання. Розвинулася ціла індустрія цього виду прикрашання тіла, демонстрації певних знаків. Узагалі через тіло, його демонстрацію в різних порціях, скажімо, через оголений пупок в офіційному костюмі, в якому їздять у транспорті, ходять по вулицях, сидять на робочому місці, виявляється одночасний процес карнавалізації життя, його лібералізації й публіцизації.

Змішування гри з дійсністю інколи провокується умисно. Так, у Данії на початку червня 2007 було проведене телешоу, в якому нібито смертельно хвора жінка обирала, кому з хворих на ниркову недостатність віддати свою нирку. У це шоу була втягнута величезна телеаудиторія. Зрештою організатори цього дійства зізналися, що це був розиграш, що мав за мету привернути увагу до людей, які страждають на хвороби нирок і роками очікують донорів.

За цими актами небезпечного суспільного лицедійства проглядаються тенденції руйнування хребта соціального організму, масштабної профанації загальнолюдських цінностей через глузування, пародизацію всього святого. Люди втрачають стрижневі орієнтири, що забезпечують існування самого суспільства як людського, тобто такого, в якому діють норми моралі, моделі культури, правові закони.

Із видовищем сучасне життя поєднує ще одна риса — людина дедалі більше стає споглядальником. Обиватель перетворюється на споживача, глядача, спостерігача, споглядача, втрачаючи функції діяча, креатора, активіста.

Але було б великим спрощенням стверджувати, що єдиною тенденцією сучасного життя є перетворення населення на глядачів. Цей процес куди складніший і суперечливіший. У ньому про-

глядається й протилежна тенденція, сутність якої полягає в тому, що в багатьох аспектах життя, де раніше людина була пасивною, просто спостерігачем, тепер вона стає актором. До речі, цьому сприяє й інформатизація, зокрема можливість включитися в громадське і політичне життя практично кожній людині через Інтернет.

Отже, ми розглянули провідні новітні тенденції, що пронизують різноманітні стилі життя населення, наповнюють їх своїми відтінками, нюансами, рисами. Частина з них уже стала масовим явищем і модифікувала традиційні стилі життя, інша частина тільки заявляє про себе, але вже стала явищем, зафіксованим суспільною увагою. Не всі вони органічно лягають на реалії життя нашого суспільства: одні з них є “чужинцями”, елементами іншої культурно-цивілізаційної системи; інші, можливо, й прижилися б у нашому житті, але, на жаль, воно сьогодні ще не тільки не досконале, а й дуже бідне; треті, попри всі особливості української повсякденності, органічно влилися в неї й стали її невід’ємними складовими. А всі разом ці тенденції суттєво скоригували наші традиційні стилі життя.

Література

1. Люббе Г. В ногу со временем. О сокращении нашего пребывания в настоящем // Вопросы философии. — 1994. — № 4. — С. 95—108.
2. Sartre J.-P. L’Idiot de la famille. — Paris, 1972. — Т. III. — Цит. за: Нудельман Ф. Сартр — автор своего времени? // Новое литературное обозрение. — 2005. — №76. — С. 33—42.
3. Bloch E. Nonsynchronism and Dialectics // New German Critique. — 1977. — № 11. — Р. 22. Цит. за: Гречко П.К. Интеллектуальный импорт, или О периферийном постмодернизме // Общественные науки и современность. — 2000. — № 2. — С. 166—177.
4. Щодо типологізації осіб, схильних до висхідної кар’єрної мобільності, див., напр.: Докторов Б.З. Россия в Европейском социокультурном пространстве // Социологический журнал. — 1994. — № 3. — С. 4—19; Волкова Н.В. Типология карьерных стратегий молодых экономистов // Социологические исследования. — 2006. — № 1. — С. 142—146.

5. *Омельченко Е.Л.* Стилевые стратегии занятости и их гендерные особенности // Социологические исследования. — 2002. — № 11. — С. 36–47.
6. *Див. про це: Кутловская Е.* Мозговая атака. Почему Кирилл Серебренников стал агрессивным // Независимая газета. — 2007. — 23 ноября; *Кружков Г.* Изба миропорядка. Лучшее средство против хаоса // Независимая газета. Ex libris. — 2007. — № 43. — 22 ноября; *Кузьмин Д.* Я понимаю любовь ... // Агентство политических новостей. — Нижний Новгород, 2007. — 27 ноября. — <http://apn-nn.ru>.
7. *Бек У.* Собственная жизнь в развязанном мире: индивидуализация, глобализация политика. — http://www.soc.pu.ru/publications/pts/bek_3.shtml.
8. *Семенов В.* Искусство антигламура, или Практическое пособие по дендизму. — М., 2007; www.invictory.infoc; *Вайнштейн Ольга.* Дендизм эпохи массовой культуры; *Метелица Катя.* Не про секс в метро // Независимая газета. — 2005. — 3 марта. — http://www.russ.ru/docs117079802?user_session=4f293ca2bd4320f51a3e46d9b3ad6e66.
9. Украинский фриланс развивается ударными темпами. — <http://korrespondent.net/business/369529>. — 2008. — 8 февраля.
10. Коммуникационная гад ость // Зеркало недели. — 2007. — 19 мая.
11. *Гладарев Б.С.* Женщина, мужчина и мобильный телефон. — Социологические исследования. — 2006. — № 4. — С. 68–76.
12. *Киселева Т.Г.* Экранная культура в меняющемся мире. — <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2003/trud/tom3/posl2/Doc36.HTML>.
13. *Браславский П.И., Колпачников В.В., Дриккер М.Б.* Игровая виртуальная реальность — новое пространство приобретения личного опыта // Известия Уральского государственного университета. — 2005. — № 35. — Гуманитарные науки. Выпуск 9. — Культурология.
14. Опасны ли жестокие компьютерные игры? — http://www.content-filtering.ru/catalog.asp?ob_no=542.
15. *Эко У.* “Карнавализация” нравов // Либерасьон. — 2002. — 24 июля. — <http://www.inosmi.ru/translation/151675.html>.
16. *Дебор Г.* Общество спектакля. — М., 2000.

Розділ 4

ПОЛІТИЧНІ СТИЛІ ЖИТТЯ ЗА УМОВ СУСПІЛЬНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Розбудова громадянського суспільства неможлива без відповідних політичних орієнтацій та індивідуальних позицій щодо політичної системи, в якій живе особистість. Проголошення інститутів громадянського суспільства автоматично не призведе до появи такого суспільства. Адже формою реалізації кожного соціального інституту слугує сукупність відповідних практик, а саме сталої системи взаємопов'язаної та взаємно зорієнтованої ролевої поведінки індивідів. Тому вкрай важливим є виявлення й аналіз тих індивідуальних передумов, що здатні сприйняти “правила гри” громадянського суспільства і можуть допомогти інтегруватися в нього. Відтворення адекватного знання про транзитні суспільства, особливо про ті, де соціально-економічні та політичні перетворення відбуваються на тлі інституціоналізації нової державності, зумовлює звернення уваги на об'єктивні дії громадян. В умовах, коли ціннісно-нормативна система піддається руйнуванню і виникає стан аномії, особливу роль у перебігу суспільних перетворень набуває поведінкова суб'єктність громадян у політичній сфері. В цьому випадку актуалізуються політичні стилі населення України, які спрямовані в бік бажаних політичних змін. Політичні стилі в цьому разі стають інституціоналізаційними діями.

***Політичний стиль життя особистості:
поняття, зміст і методологія дослідження***

Поняття *політичний стиль життя особистості* можна визначити як відносно стабільну форму організації політичної участі людини в межах наявної політичної системи з урахуванням статусних ресурсів і соціально-психологічних чинників соціалізації. Термін “політичний стиль” часто вживають, описуючи поведінку політичних лідерів, керівників чи діячів. Однак відсутнє вивчення політичних стилів усього населення. Очевидно, що категорія “політичний стиль життя особистості” виокремлює ті форми політичної життєдіяльності суб’єкта, які ним свідомо обрані. “Стилева” характеристика допомагає увиразнити особливість політичної поведінки індивіда, певні сталі системи взаємопов’язаної ролевої поведінки індивідів у політиці, що набувають масового поширення у суспільстві.

Категорія “політичний стиль життя” дає змогу вивчати політичну поведінку особистості з точки зору її внутрішніх мотивів і цілей, враховуючи активний бік волевиявлення людини, її суб’єктивність. На думку М.Шульги, поняття стилю життя вможливує розгляд внутрішньої структури психологічних стимуляторів поведінки під кутом зору трансформації змісту норм, правил, цінностей у процесі засвоєння їх особистістю. Тобто поняття стилю життя віддзеркалює певний ступень незалежності особистості від об’єктивних умов [1]. Тому, наприклад, голосування на виборах, з одного боку, можна вважати актом волевиявлення, але відносити цю дію до політичного стилю життя проблематично, оскільки як вибори, так і можливість голосувати чітко задані інституціональними чинниками, які, власне, не залежать від волі окремої особистості. Однак, в нашому випадку, дії, що визначають політичний стиль життя особистості, не є цілком вимушеними. Ці дії не можуть диктуватися й задаватися наперед об’єктивними умовами. Це й відрізняє політичний стиль життя від тлумачень політичної поведінки, які мають місце в біхевіористських концепціях.

Таким чином, поняття “політичний стиль життя особистості” розкриває громадсько-політичну поведінку людей, пов’язану з реалізацією власних можливостей (соціальних чи психологічних)

донести свою громадянську волю до соціальних інститутів. Вибір особистістю способів донесення власної громадянської волі пов'язаний не тільки з усвідомленням мети і цілей цієї дії, а й з емоційними, подеколи неусвідомленими спонуками. Дослідження стилевих форм політичної поведінки має евристичний потенціал, віддзеркалюючи як об'єктивні умови життєдіяльності, так і соціально-психологічні елементи соціальної діяльності у сфері політики.

При вивченні стилю життя використовують три види показників: 1) ідеальні, які характеризують уявлення індивіда про бажані для нього види діяльності, способи їх реалізації, манеру поведінки і відносин з іншими людьми; 2) реальні, які відображають фактичні, об'єктивні форми поведінки; 3) нормативні, які відображають суспільні вимоги й настанови щодо поведінки [2].

Під дією конкретних соціально-політичних умов життєдіяльності, а також індивідуально-психологічних особливостей індивіда та його життєвого досвіду формується найбільш прийнятна для нього модель політичного стилю життя. Ця ідеальна модель політичного стилю життя особистості, яка віддзеркалює найбажаніший політичний стиль, формується під впливом політичної соціалізації, у тому числі під впливом ціннісно-нормативної системи суспільства. Треба зазначити, що ідеальна модель політичного стилю не завжди відтворює політичні цінності того соціуму, в який індивід інтегрований. Це можна пояснити тим, що під впливом індивідуальних схильностей, а також референтних груп відбувається певна селекція політичних цінностей. Як відомо, референтні групи для індивіда не обов'язково можуть бути тими, які його безпосередньо оточують. Понад те, залучення до загальнокультурних ціннісних орієнтацій через інформаційні канали, що не контролюються найближчим соціумом, може призвести до формування ціннісних орієнтацій, які не тільки не віддзеркалюють панівної ідеології в соціальному ареалі проживання індивіда, а й ведуть до прямо протилежних політичних преференцій. Доказом цього може бути наявність у суспільстві дисидентів. Серед інших яскравих прикладів можна назвати наявність "дисидентів" у сучасній політико-регіональній стратифікації України: і в Західному, і в Східному регіонах є достатня кількість людей, які сповідують непанівні, ба навіть протилежні політичні преференції в регіоні.

Політичний стиль як політична дія має своєрідну “точку опори” — усвідомлення себе, своїх координат у політичному просторі, а відтак — і власних інтересів у сфері політики. Спершу слід усвідомити, розпізнати своє “політичне Я”, суб’єктивно “вбудувати” себе в архітектуру політичної системи. Від усвідомлення свого місця в структурі політичної системи суспільства, об’єктивної оцінки власних можливостей впливати на прийняття політичних рішень залежить політична активність особистості. Після такого первинного самовизначення із подальшим усвідомленням своїх політичних інтересів відбувається своєрідне похідне, вторинне самовизначення, коли особистість визначає свою належність до всіх інших можливих об’єктів політичних орієнтацій (органів влади, носіїв ролей, зразків політичних дій). Мається на увазі, що особистість усвідомлює себе як прихильника чи противника останніх (або свою нейтральність) і вибудовує стратегію втілення власних прагнень, що й відбивається на стилі здійснення цих прагнень.

Згадані індивідуальні передумови засвоєння і передання певних політичних орієнтацій та навичок об’єднують поняттям “політична культура”, яке прислужилося для науковців зручною ланкою переходу від особистості до нації, держави, суспільства, партій. Основні концептуальні уявлення про політичну культуру були розроблені американськими політологами Г.Алмондом і С.Вербою. Г.Алмонд доводив, що політична культура пов’язана з “емпірично помітною поведінкою” [3].

Водночас вибір політичного стиля життя залежить соціально-політичного клімату, який панує в суспільстві. Суспільно-політичні норми щодо меж політичної участі громадян є вирішальними за умов стабільності. Як зазначає Н.Паніна, “суб’єктивна функція норми виявляється не тільки в рішенні дотримуватися її, а й в очікуванні відповідної поведінки від інших людей. Іншими словами, норми, конкретизовані в ролях, наперед формують не лише попередні ідеальні моделі поведінки, які дають людині змогу певним чином підготуватися до виконання соціальних функцій, а й достатньо конкретні очікування (експектації) — уявлення оточення, що індивід, який посідає це місце, поводитиметься відповідним чином” [4, с.90–91].

Зазвичай розрізняють *конвенціональні* (conventional) та *неконвенціональні* (unconventional) форми політичної участі. Конвенціо-

нальна політична поведінка формується згідно з нормами права або традиціями, які регулюють участь людей у політиці за даного режиму, тобто передбачає переважно інституціоналізовані форми політичного життя. До конвенціональних форм політичної поведінки можна віднести: а) голосування (включно з утриманням від голосування чи свідомим некоректним заповненням бюлетеня, що робить його недійсним, як формами протесту) на виборах різних рівнів і на референдумах; б) регулярна партійна робота, активна участь у зборах осередків партії, контактування з посадовими особами; в) робота в перебігу виборчих кампаній (включно з відвідуванням виборчих акцій, агітацією, поширенням рекламних листівок, пожертвуванням грошей, роз'ясненням іншим, як голосувати); г) інформаційна робота (видавнича діяльність, написання, поширення рекламних брошур, e-mail, sms, прокламацій; публікація політичної інформації на веб-сайтах); д) членство в неурядових організаціях, мета яких — впливати на політичні рішення.

Неконвенціональна політична поведінка порушує ці норми і виявляється в прямій колективній дії, що оминає систему представництва інтересів. Неконвенціональна політична поведінка може або залишитися в межах закону, а переростати в політичний протест, який відрізняється від попередньої поведінки тим, що ці акції не передбачаються законом, але мають ненасильницький характер. Натомість політична дія, яка порушує останню умову й передбачає насильницькі дії, належить до політичного насильства: участь у незаконних страйках, демонстраціях, перекриття доріг, захоплення установ, бійки з працівниками правоохоронних органів, руйнування власності тощо. У сучасних дослідженнях у рамках “неконвенціональної” поведінки прийнято розрізняти три основні види, які можуть виявитися в індивідуальних чи колективних, стихійних чи організованих діях: 1) ненасильницька легітимна поведінка, яка охоплює і активні форми (законні демонстрації, марші, мітинги, пікети тощо), і пасивні (бойкот, захоплення приміщень, не пов'язані із порушенням закону, тощо); 2) ненасильницькі іллегітимні дії, до яких відносять громадянську непокору, коли суб'єкт з морально-політичних мотивів відмовляється користися законом, при цьому не застосовуючи сили до влади, та участь

у незаконних страйках і демонстраціях; 3) насильницькі дії (тероризм, бунт, перекриття доріг, захоплення установ, бійки з правоохоронцями, руйнування власності тощо).

Можна припустити, що високий рівень незадоволеності політикою влади спричиняє низький рівень політичної участі в конвенціональних (“інституціоналізованих”) формах, звідси слід очікувати зростання стихійних, неконвенціональних форм масової участі в політичному процесі.

Спираючись на фундаментальні положення структурно-функціональної соціології й на власні багаторічні дослідження, Н.Паніна розробила концептуальну модель ціннісно-нормативної регуляції соціальної поведінки людей та особливостей детермінації їхнього психологічного стану за умов стабільного і нестабільного суспільства [4, с. 93–94]. Виходячи з цієї концепції, у стабільному суспільстві стилі життя (як реальні моделі способу життя) членів спільноти регулює ціннісно-нормативна система як безпосередньо через рольові очікування щодо поведінки людей із різними соціальними статусами, так і опосередковано, — формуючи свідомість: ціннісні орієнтації, настанови, життєві цілі (як ідеальні моделі способу життя), що дають змогу подумки підготуватися до успішного виконання соціальних ролей. Соціальна визначеність статусу дає змогу людині співвіднести власний стиль життя з очікуваннями. Соціальна інтеграція людей у такому випадку здебільшого відбувається двома шляхами — через соціалізацію і соціальну адаптацію. При цьому психологічний стан людини у стабільному суспільстві, як правило, залежить від того, наскільки її поведінка, а відтак, і стиль життя відповідає соціальним вимогам. Саме за стабільних умов, коли ціннісно-нормативна система суспільства спирається на усталені традиції і закони, спрямованість стилю життя — переважно соціальна. Вона втілюється під впливом панівної ціннісно-нормативної системи безпосередньо на формування соціокультурних якостей і настанов особистості, наближає структуру ціннісних орієнтацій більшості членів суспільства до нормативних зразків, а також під соціальним впливом, за посередництва нормативних моделей поведінки, що передбачають формальні й неформальні санкції стосовно індивідів, чий стиль життя відхиляється від нормативного.

У нестабільному суспільстві, де ціннісно-нормативна система піддається руйнуванню й виникає стан аномії, стилі життя передусім зумовлюються особливостями індивідуальної свідомості його членів. Вирішальної ролі набуває афективний, когнітивний і моральний потенціал індивідуальних особливостей свідомості та поведінки людей, життєдіяльність яких здійснюється в дезорганізованому суспільстві. Адже за умов руйнування звичного механізму адаптації детермінація стилів життя відбувається не шляхом пристосування до соціальних норм, а на підставі індивідуальних ціннісних преференцій і ціннісних орієнтацій, що й становить підґрунтя кристалізації нової ціннісно-нормативної системи суспільства. Основною характеристикою соціального статусу за умов суспільних перетворень є невизначеність. У пошуках головних цінностей виникає часта зміна критеріїв соціального статусу. За фактичної відсутності нормативної регуляції способу життя провідною характеристикою стилю життя (реальної моделі способу життя) є несталість. Своєю чергою, ціннісні орієнтації людей здебільшого визначаються їхнім загальним психічним станом, соціальним самопочуттям і психічним здоров'ям. Отже, постає питання детермінації політичних стилів за умов суспільних перетворень.

Феномен політичного стилю життя особистості також неможливо зрозуміти поза контекстом процесу практичного засвоєння політичної культури індивідом упродовж життя. Цей процес у психології й соціології називають політичною соціалізацією (від латинського *socialis* — суспільний). Індивід може вважатися достатньо соціалізованим, якщо він пов'язаний із необхідною кількістю структурних елементів суспільства і засвоює політичний досвід соціуму, що кристалізується в політичній культурі. Політичний досвід є підсумком розвитку суспільства, його політичної генези. У ньому фіксуються результати політичної діяльності всіх соціальних груп. Саме в політичному досвіді особистість дістає концентрований вияв політичної практики минулого [5, с. 35].

Політична соціалізація особистості — це інтегрування індивіда в політичну систему завдяки збагаченню його політичним досвідом попередніх поколінь, зафіксованим, власне, у політичній культурі. Під час взаємодії особистості із політичною системою

виникають два взаємодоповнювальні процеси. З одного боку, система самовідтворюється, рекрутуючи і навчаючи нових членів. Політична соціалізація в цьому процесі відіграє роль механізму збереження політичних цінностей і цілей системи, дає можливість зберегти наступність поколінь у політиці. З іншого боку, вимоги політичної системи (її цінності, норми й зразки поведінки) інтерналізуються в структурі особистості. Внаслідок політичної соціалізації формується політична свідомість особистості, її політична поведінка, відбувається становлення особистості-громадянина. Особистість завдяки політичній соціалізації опановує здатність обирати із запропонованого їй набору політичних позицій ті, що відповідають її внутрішнім переконанням, причому не тільки раціональним, а й несвідомим. Тобто політична соціалізація закладає в особистості ті властивості, що спрямовують її політичні стилі.

До неполітичних чинників, які відіграють вагомую роль у формуванні політичних стилів, слід віднести сім'ю, однолітків, школу, роботу, церкву, мистецтво, культуру, засоби масової інформації. Вагомість їх визначається тим, що вони в непрямій формі каналізують базові особистісні орієнтації на владу, конфлікт і порядок, насилля і терпимість, свободу і дисципліну, які оформлюються у специфічному контексті політики.

Класичний фрейдизм та його новітні модифікації дав певний імпульс розвитку проблеми особистості в політиці, політичної соціалізації. Він наголошував детермінантність глибинного несвідомого щодо політичних стилів. Іншим важливим моментом фрейдизму, сприйнятим теоретиками політичної соціалізації, є первинність біологічного начала індивіда над соціальним. Соціалізація — це драма особистості, яку суспільство “відшліфовує” за своїми жорсткими мірками. Помітне місце серед досліджень посідає постулат пансексуалізму. Розвитком фрейдівського “принципу задоволення” була ідея “сексуальної революції”, яку тлумачили як звільнення людських інститутів від табу буржуазної моралі.

Тип взаємин, що утворюється в сім'ї між дитиною і батьками, є важливим чинником Я-концепції. Більшість дослідників відзначають виняткову важливість поведінки батьків у перші роки життя дитини для розвитку її самооцінки, яка відіграє головну роль у соціалізації. Політичні психологи А.Адлер та Г.Лассвел пов'язували

комплекс меншовартості із прагненням влади. Боротьба за владу — це лише компенсація дитячої травми. В історії відомо чимало випадків, коли люди з фізичними чи психічними вадами мобілізували себе на великі досягнення. Лассвел з позицій психоаналізу тлумачить такі, далекі на перший погляд від політики, ситуації: ревності до брата призводять до антидемократичних позицій, а провина перед братом — до боротьби за соціалізм, соціальну справедливість [6]. Таким чином, послідовники фрейдизму, керуючись психоаналітичною методикою, звертаються до переживань індивіда в ранньому дитинстві у відносинах із батьками, у первинному сприйнятті проблем сексу, узагальненого іншого, “Я”.

Цікавим є факт зв'язку політичних стилів зі статевим вихованням. Американські соціологи Л.Зухер і Д.Кіркпатрік виявили, що активісти захисту традиційної статевої моралі здебільшого люди крайніх правих поглядів [7, с. 162]. Опитавши групу лідерів таких асоціацій, соціологи дійшли висновку, що цим активістам притаманна низка особливостей демографічного і соціально-психологічного характеру: серед них більше жінок і людей старшого віку; вони міцніше пов'язані з догматичними релігіями і релігійно активніші; багато хто з них виріс у маленьких містах; вони рідко мають складні професії; у них низький рівень освіти; вони більше зорієнтовані на сім'ю і мають більше дітей; політично вони більш консервативні й авторитарні, а їхні погляди на сім'ю та сексуальність більш традиційні; вони догматичні, вирізняються меншою політичною терпимістю і більш сприйнятні до цензури; мало хто з них здобув сексуальну освіту; вони частіше за інших вважають, що суспільство морально деградує.

У контексті вже згадуваної проблеми впливу переживань індивіда в дитинстві та юності на його політичний стиль життя у зрілому віці показовим є те, що до терористичних груп ультраправого чи ультралівого спрямування залучаються передусім соціально дезадаптовані, малоуспішні особистості. Вони погано вчилися в школі чи вищому навчальному закладі, вони не змогли зробити кар'єру, добитися того, чого досягли їхні ровесники. Вони завжди страждали від самотності, в них не склалися нормальні відносини в молодіжному середовищі, із представниками протилежної статі. Тож щоб задовольнити відчуття ідентичності й належності, вони компенсують шлях аутсайдера в тоталітарних групах чи

сектах, де вони відчувають високу міру значущості та прийняття іншими [8, с. 312].

Соціологічні дослідження фіксують взаємозв'язки між різноманітними соціальними чинниками і політичними діями. Йдеться про існування залежності між об'єктивними чинниками, наприклад доходом, та утвердженням демократичних практик: згідно з С.М.Ліпсетом, умови для забезпечення представницької демократії та розвитку громадянської культури виникають в разі доходу на душу населення 1910 доларів США на рік [9]. В іншому випадку як стимул приймається насамперед соціоекономічний статус, який обчислюється як похідний доходу, професії, рівня освіти тощо. Додатково досліджується вплив соціодемографічного статусу, в рамках якого об'єднуються такі змінні, як вік, належність до релігійної громади, стать. Виявлено залежність між цими статусами з одного боку, та готовністю до політичної участі — з іншого. Оскільки за однозначного спрямування кількох змінних ефект їх впливу підвищується, можна передбачити міру активності людини [10]. У одному з перших порівняльних дослідженнях С.Верба, Н.Най і Дж.Кім ("Участь і політична рівність: Порівняння семи країн", 1978), в яких респондентами були громадяни Австрії, Індії, Нігерії, Нідерландів, США, Японії та Югославії, виявлено, що політична участь нерівномірна: існує високий рівень позитивної кореляції між індексом соціального статусу (доходи + освіта) і мірою участі [11]. Це пояснюється нерівномірним розподілом політичних ресурсів, під якими зазвичай розуміють: освіту, яка відкриває доступ до інформації; гроші, наявність яких дозволяє витратити час на заняття політикою; соціальний статус і престиж, до носіїв яких влада дослухається охочіше; і нарешті, деякі поведінкові навички, наприклад, здатність грамотно викладати свої вимоги в доступній манері, прийнятній для політиків і бюрократів. Ясна річ, усі ці ресурси зосереджені в руках соціально привілейованих верств населення.

З іншого боку, спрямованість політичних стилів життя людей також залежить від задоволення матеріальних і психологічних потреб. Спираючись на погляди А.Маслоу, політичний психолог Р.Інглгарт досліджував мотивувальну роль потреб особистості під час переходу суспільства від цінностей рівня життя, матеріального добробуту до цінностей якості життя — самовизначення, особистої

свободи, захисту довкілля [12]. Він спробував пояснити зрушення у політичних пріоритетах населення країн Заходу у 60–70 роки ХХ століття. Всю сукупність соціально-психологічних змін Інглгарт звів до конфлікту двох протилежних систем цінностей — “накопичувальної”, або “матеріалістської”, та “постматеріалістської”. Здійснивши низку досліджень, він з’ясував, що носіями постматеріалістських цінностей і відповідних політичних стилів життя (створення привітнішого і менш безликого суспільства, поширення активної й індивідуальної участі в суспільно-політичному житті) є люди (особливо молоді) із заможних середніх верств. Відповідно, головною психологічною причиною появи таких цінностей і відповідних політичних стилів є задоволення матеріальних потреб. Але подальша економічна криза кінця 1970-х — початку 1980-х років дещо загальмувала зростання нових нематеріальних потреб. Проте, якщо у 1970–1971 роках, за часів перших досліджень Інглгарта, чисельна перевага представників матеріалістських пріоритетів становила співвідношення 4:1, то на початку 1990 року це співвідношення різко змінилося — 4:3 [13]. Таким чином, соціально-економічна ситуація впливає на цінності, а ті, своєю чергою, визначають характер стилю життя.

Крім об’єктивних чинників, на інтенсивність політичних стилів також впливають особистісні чинники. Зокрема, Л.Мілбрет і В.Кляйн довели існування кореляції між самооцінкою та рівнем політичної участі. Політичну апатію, на їхню думку, слід шукати серед відлюдкуватих, стриманих, невпевнених у собі людей, водночас відкриті, активні й товариські люди виявляють значно більшу активність й у питаннях політики [14]. Натомість почуття власної впевненості у своїх силах розширює межі можливої участі в політичному житті. Саме звернення уваги на мотив контролю над ситуацією дало змогу С.Реншону виявити залежність між високими значеннями суб’єктивного контролю і мірою активності політичної поведінки [8, с. 108]. Так само у працях Р.Даля продемонстровано позитивну кореляцію між справжньою (чи уявною) ефективністю конкретних політичних зусиль та інтенсивністю участі громадян у функціонуванні відповідних інститутів. Аналогічним чином автор ілюструє і взаємозв’язок між політичними інтересами, політичним знанням тощо [15].

Отже, загалом існує дві моделі детермінації політичних стилів життя - соціально-економічна, коли об'єктивні соціальні чинники зумовлюють їхній характер і зміст, та соціально-культурна, коли вирішальної ролі набуває система цінностей особистості, яка сформована політичною культурою. Треба зазначити, що детальний аналіз моніторингових даних Інституту соціології НАН України за 2004 рік за допомогою бінарної логістичної регресії, зроблений А.Горбачиком, засвідчив переважання моделі цінностей над моделлю раціонального вибору в поясненні політичних орієнтацій [16].

Американський політолог Л.Мілбрат, автор праці “Політична участь”, спираючись на свій активно-неактивний вимір, запропонував детальну структуру ієрархії залучення до політики, виокремлюючи основні структурні рівні в порядку посилення активності:

1. Апатія, відсутність інтересу до політики та участі в ній.
2. Спостережні види діяльності, у тому числі: отримання політичних стимулів (зокрема інформації); голосування; ініціювання політичної дискусії; спроби переконати кого-небудь проголосувати у певний спосіб; носіння політичної символіки.
3. Перехідні види діяльності: контактування з урядовцем чи політичним лідером; грошовий внесок на користь партії чи кандидата; відвідування політичного мітингу чи зборів.
4. Гладіаторські види діяльності: витрата часу на політичну кампанію; активна участь у діяльності політичної партії; участь у партійних зборах, які вирішують стратегічні питання; клопотання про політичні фонди; висування своєї кандидатури на певну посаду; посідання державної чи партійної посади.

Застосовуючи свій структурний поділ для характеристики політичної участі всього дорослого населення, Мілбрат виокремив, за аналогією із гладіаторськими змаганнями у Давньому Римі, три основні політичні стилі: 1) апатичний (близько третини населення); 2) спостережний (близько 60%); 3) гладіаторський (1–7%) [17, с. 66–67].

Існують й інші класифікації політичних стилів. Зокрема, Г.Боун і О.Ренні поділяють американських громадян на шість стильових категорій: “активісти–організатори” — менш як 1%; “ті, що сприяють” (близько 5%); “лідери громадської думки” (близько 25%); “виборці” (25–30%); ті, що не голосують (30–40%) та “аполітичні” (3–7%). Подібну, шестивимірну класифікацію пропонує

М.Оксен: “політичні лідери” (3%), “активісти” (14%), “комунікатори” (13%), “громадяни” (30%), маргінали (18%) та “ізолювані” (22%) [18, с. 194]. Застосувавши методи статистичного аналізу, С.Верба і Н.Най вирізнили шість типів політичних учасників: “неактивні” — 22%; “ті, що переважно голосують” — 21%; “вузько обмежені учасники” — 4%; “активісти місцевих громад” — 20%; “учасники кампаній” — 15%; “повні (абсолютні) активісти” — 7% [17, с. 76]. Політологи С.Розенстоун і М.Гансен, аналізуючи участь американських громадян в урядовій політиці (1973–1990 роки), звернули увагу на те, що більшість активістів займаються лише одним чи двома видами діяльності. Помічено також тенденцію брати участь у тих видах діяльності, які вимагають подібних ресурсів чи вправності, — наприклад, написання промови певний учасник може поєднувати із написанням статті в газету або для часопису [17, с. 115–116].

Таким чином, досліджуючи політичні стилі життя населення, слід аналізувати структурні виміри політичної участі. Такими структурними вимірами можуть бути: 1) активно-неактивний стиль; 2) конвенціональний-неконвенціональний стиль; 3) однотипний-багатотипний стиль. Для визначення детермінант політичного стилю життя особистості потрібно враховувати її суспільно-політичні цінності, які формуються під впливом політичної соціалізації, та статусно-матеріальне становище.

***Особливості декларативних і реальних виявів
політичних стилів населення України:
міжкультурне порівняння з країнами Європи***

Об’єктивне ускладнення життя зазвичай активізує у людей різноманітні моделі виживання. Виживання, своєю чергою, зумовлює формування звичок, практик, досвіду, які поступово набувають статусу соціально-нормативних і скеровують вторинну соціалізацію дорослого населення. Внаслідок цього соціальні інститути отримують додаткові соціальні орієнтири свого коригування. Саме тому після тривалої пасивності населення, коли етапи трансформації позначалися подвійною інституціоналізацією, сучасний етап трансформації, за класифікацією Є.Головахи і Н.Паніної, в якому зараз перебуває українське суспільство, розпочався з того, “що сформована в попередні роки інституціональна система всту-

пила у суперечність і з потребами найактивніших верств населення, і з інтересами впливових опозиційних політичних еліт, які не знайшли (або втратили) своє місце в усталеній владній ієрархії” [19, с. 44]. Причинами цього, на їхню думку, було те, що “відчувши певну свободу від повсякденної й виснажливої боротьби за фізичне виживання, чимало громадян України виявили підвищений інтерес до політичних колізій, пов’язаних із завершенням “епохи Кучми” і необхідністю вибору його наступника” [19, с. 44–45]. Саме політична активність суспільства вирішила долю президентських виборів 2004 року.

Результати соціологічних досліджень, які проводилися в Україні за останні десятиліття, засвідчують якісні зміни нормативних, ідеальних та реальних показників стилів життя. Динаміка ціннісних пріоритетів громадян України, зафіксованих у дослідженнях Інституту соціології НАН України (А.Ручка), свідчила про поступове зростання модернізаційного потенціалу суспільних цінностей. Загалом за період 1994–2003 років значущість модернізаційних політико-громадянських цінностей (“державна незалежність країни”, “національно-культурне відродження”, “можливість висловлювати думки з політичних та інших питань, не побоюючись за особисту свободу”, “можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур”, “демократичний розвиток країни”, “участь у діяльності політичних партій і громадських організацій”) збільшили свій рівень важливості для громадян. Істотним моментом у цій динаміці було те, що всі наведені зростання середньозважених балів статистично відрізнялися між опитуваннями 1994 і 2003 років на рівні 0,01, що означає істотну відмінність [20]. Також виявлено, що дохід як чинник диференціації ціннісних пріоритетів пояснює тільки обмежену частину міжгрупової диференціації опитаних. На основі поєднання доходу й освіти виокремилися певні дохідно-освітні угруповання, через які виявляється внутрішньогрупова диференціація ціннісних пріоритетів: освіта в усіх дохідних угрупованнях (групи з високим, середнім і низьким доходом) статистично значуще диференціює ціннісні пріоритети. Тобто освіта як показник культурного потенціалу, який, на відміну від економічного, не може бути випадковий, є істотним чинником диференціації.

Отже, можна припустити, що причиною зростання громадянської активності є поступова зміна ціннісних пріоритетів населен-

ня України. В цьому разі детермінантами політичних стилів населення можуть виступити особливості соціалізації, коли внаслідок природної зміни поколінь набула становлення молода верства населення, особливо сьогоденнє студентство, соціалізація якого відбулася вже в посттоталітарний період і яке вже не хоче пасивно спостерігати за політичними процесами в країні.

Якщо взяти до уваги ставлення населення до соціальної ситуації в плані можливості збереження порядку, миру та спокою чи необхідності протестувати як нормативний показник політичних стилів життя особистості, то динаміка відповідей на запитання *“Що на Вашу думку, краще - терпіти всілякі матеріальні труднощі заради збереження в країні порядку, миру та спокою, чи у випадках значного погіршення умов життя виходити на вулицю з протестом?”* свідчить про істотні зміни за останні роки порівняно із серединою 1990-х років (див. рис. 4.1).

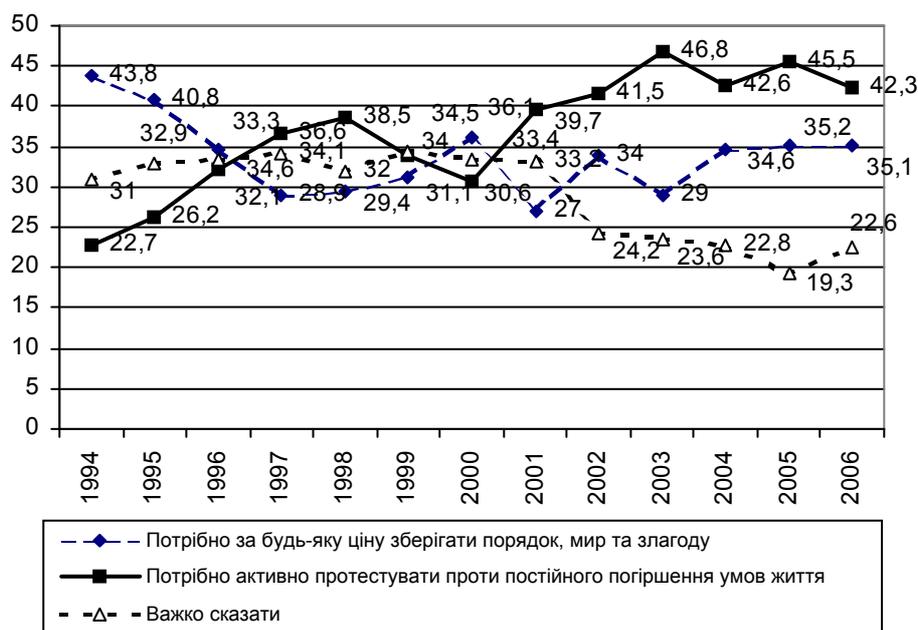


Рис. 4.1. Динаміка ставлення населення до соціальної ситуації, 1994–2006 роки

Якщо у середині 1990-х років домінували установки на збереження за будь-яку ціну порядку, миру та злагоди, то у 1997–1998 роках зросли орієнтації на активний протест проти постійного погіршення. І лише після президентських виборів 1999 року показник терпіння тимчасово трохи перевищив показник протесту. Однак, починаючи від 2001 року, після спалаху “касетного скандалу”, протестні установки частішали й не знижуються відносно позначки 40%. Натомість потенціал миролюбства стабілізувався навколо позначки 35%. Примітно, що в цей період відчутно поменшало тих, хто в цьому питанні не мав певної думки. Таким чином, на початку століття в українському суспільстві поширилася тенденція щодо переважання таких нормативних показників політичного стилю життя особистості, які відображають суспільні вимоги й установки щодо активної протестної поведінки.

Цікаво, що від 2001 року декларативна готовність взяти особисту участь у масових виступах проти падіння рівня життя, на захист своїх прав перевищує (за винятком 2005 року) очікування таких виступів у місцях проживання (див. рис. 4.2). Ці показники є досить вагомими за величиною, і це ще раз доводить тезу про певну активізацію населення України.



Рис. 4.2. Динаміка оцінок населенням можливості виникнення протестів та можливості особистої участі, 1998–2006 роки

Політичну ефективність, а саме оцінки населенням своєї змоги впливати на політичні події та рішення, можна непрямо віднести до ідеальних показників політичних стилів життя. Адже суб'єктивне бачення власної готовності людей діяти в той чи той спосіб за певних суспільних обставин відбиває особистісну свідомість у її раціональній складовій. Відповідаючи на запитання “Якби уряд України ухвалив рішення, яке утискає Ваші законні права та інтереси, чи могли б Ви щось зробити проти такого рішення?” та “А якби аналогічне рішення ухвалила місцева влада, чи змогли б Ви щось зробити проти такого рішення?”, респондент екстраполює можливу дію не тільки через можливі зовнішні ризики, пов'язані із санкціями, а й відображає власне бачення індивіда його потенційної поведінки у цих ситуаціях. Саме цей момент дає нам підстави вважати, що відповіді на згадані запитання мають риси уявлень індивіда про належні політичні стилі (див. рис. 4.3).



Рис. 4.3. Динаміка декларативних установок щодо протестної поведінки, 1994–2006 роки

Виявлено, що показники політичної ефективності населення України є досить низькими, хоч і помітне певне зростання суб'єктивного переконання в контролі над інститутами влади останніми роками. Існує різниця стосовно центрального та місцевого інституту влади: щодо останнього впевненість у контролі дещо більша.

Подані вище мотиваційні питання стосовно декларативної можливості діяти більшою мірою цікаві соціологу як певна ідеальна модель політичних стилів людини. Але ідеальні уявлення про належні політичні стилі життя формуються, як правило, на основі минулого досвіду, політичної культури суспільства та політичної соціалізації. Реальна політична поведінка опосередковується реальною ситуацією, умовами життя, наявними ресурсами тощо.

Тому з усієї багатоманітності питань, які стосуються стилів життя людини, існують показники, які фіксують вже здійснений поведінковий акт. Ідеться про фактологічні питання, які відіграють дуже важливу роль у соціологічному дослідженні. Вони цікаві тим, що фіксація дії, яка відбулася в минулому, не залежить в момент опитування від настрою респондента, його оцінки та інших суб'єктивних чинників, котрі можуть вплинути на об'єктивність картини стосовно стилів життя особистості. Фактологічні питання не викликають особливих труднощів для сприйняття, однак вимагають хорошої пам'яті від респондента.

Отже, нарешті, перейдемо безпосередньо до політичних стилів життя населення України. Одним із показників політичних стилів життя є звернення громадян до державних та правозахисних установ. У моніторинговому дослідженні ІС НАНУ є низка запитань, які ставилися у 2002, 2005–2006 роках, що дає змогу простежити динаміку відповідей (табл. 4.1).

У цілому видно, що переважна більшість населення залишається соціально пасивною. Зафіксоване деяке зниження кількості звернень до міліції: якщо у 2002 році до цього правоохоронного органу звернулося 10,3% (тут і далі поєднано результатні та безрезультатні звернення), то у 2005 і 2006 роках — відповідно 7,6% і 7,8%. Стосовно звернень до адвоката суттєвих змін не простежується.

Помітне невелике зростання звернень громадян до суду і прокуратури за останні роки: якщо у 2002 році до суду і прокуратури

Таблиця 4.1

Динаміка розподілу відповідей на запитання “Чи зверталися Ви за останні 12 місяців до вказаних установ чи організацій щодо розв’язання Ваших особистих проблем та якою мірою Ви задоволені їх розв’язанням?”, %

Установи	2002			2005			2006		
	Не зверталися	Зверталися, але безрезультатно	Зверталися і отримали допомогу	Не зверталися	Зверталися, але безрезультатно	Зверталися і отримали допомогу	Не зверталися	Зверталися, але безрезультатно	Зверталися і отримали допомогу
Міліція	89,7	7,7	2,6	92,4	5,8	1,8	92,2	5,4	2,4
Суд	95,2	3,0	1,7	93,2	4,7	2,1	94,0	3,8	2,1
Прокуратура	97,3	1,7	1,0	96,3	2,8	0,9	97,0	2,2	0,8
Адвокат	94,7	2,3	3,0	94,4	2,7	3,0	93,9	2,2	3,8
Місцева держадміністрація	90,5	6,1	3,4	83,2	11,9	4,9	83,7	10,6	5,7

відповідно зверталися 4,7% і 2,7% респондентів, то вже у 2005 році ці показники збільшилися відповідно до 6,8% і 3,7%. Результати опитування 2006 року зафіксували стабілізацію цього зростання: до суду і прокуратури звернулося відповідно 5,9% і 3,0% громадян.

Суттєво зріс показник кількості звернень громадян до місцевої держадміністрації (різниця значуща на рівні 5%): якщо у 2002 році 9,5% опитаних контактували з цим органом влади, то у 2005 році таких виявилось 16,8%. Майже така сама кількість звернень українських громадян до місцевої державної адміністрації збереглася у 2006 році: 16,3%.

Щоб зрозуміти, наскільки вагомими є показники політичних стилів життя населення України, вкрай важливими є порівняльні дослідження, які дають можливість зіставити політичну участь українців із подібними проявами у європейських країнах, особливо з тривалими демократіями. У 2005 році Україна вперше стала учасником міжнародного соціологічного порівняльного дослідження

“Європейське соціальне дослідження”* (European Social Survey), в якому взяли участь 24 європейські країни**. Усього в Україні у лютому 2005 року було опитано 2031 респондента за випадковою вибіркою, що репрезентує населення України старше 15 років. Похибка вибірки становить 2,5% (з урахуванням дизайн-ефекту). Зважаючи на недоцільність наведення відсотків негативних відповідей, оскільки розподіл відповідей на кожне запитання має дихотомічний характер (“так” або “ні”), нижче (табл. 4.2) подаємо розподіл ствердних відповідей на фактологічні судження, які фіксують реальні форми громадянської активності людей.

Така форма політичної участі, як *звернення до політиків, представників уряду чи місцевої влади*, в Україні поширена серед 9,2% громадян, що дещо менше від загальноєвропейського показника (14,5%). Менше за українців контактують з політиками і чиновниками лише португальці (5,4%), поляки (7,0%), словаки (7,5%). Найвищий рівень звернень зафіксовано серед громадян Ісландії (30,3%), Норвегії (22,8%), Ірландії (22,4%), Фінляндії (21,8%), Данії (19,3%), Австрії (18,4%), Чеської Республіки (18,1%).

Робота в політичній партії чи русі поширена серед 4,2% українців. Цей показник наближується до середнього (4,4%) поміж європейських країн: менше, ніж в Україні, працювали у політичних структурах в Угорщині (0,9%), Великій Британії (2,3%), Естонії (2,4%), Польщі (2,7%), Словаччині (2,9%), Словенії (3,0%), Швеції (3,3%), Чеській республіці (3,3%), Німеччині (3,4%), Нідерландах (3,6%), Бельгії (3,9%). Найбільше працювали у політичних партіях чи рухах ісландці (14,2%), австрійці (9,6%) та норвежці (8,5%).

Натомість *робота в іншій організації або об’єднанні* серед українців, порівняно із загальноєвропейським показником (13,9%), є найменш поширеною — лише 2,3% опитаних зазначили даний

* Надалі для позначення цього дослідження ми будемо застосовувати аббревіатуру — ЄСД.

** В Україні керівником проекту та національним представником у виконавчому комітеті проекту ESS є Є.Головаха, національним координатором — А.Горбачик, національним експертом — Н.Паніна. До виконання проекту були залучені фахівці з Інституту соціології НАН України, Київського національного університету імені Тараса Шевченка та благодійного Фонду “Інтелектуальна перспектива”. Фінансування реалізації проекту в Україні забезпечили Президія НАНУ та Фонд “Відродження”.

Таблиця 4.2

Розподіл ствердних відповідей громадян європейських країн на запитання: “Існують різні шляхи покращити справи у країні або сприяти запобіганню серйозним проблемам. Чи доводилося Вам за останні 12 місяців робити що-небудь із того, що я зараз назву? Ви ...”, 2004–2005

Країна	... зверталися до політиків, представників уряду чи місцевої влади?	... працювали у політичній партії чи русі?	... працювали в іншій організації або об'єднанні?	... носили значки з політичною рекламою, інші політичні атрибути або клеїли листівки?	... підписували петиції?	... брали участь у санкціонованих мітингах або демонстраціях?	... бойкотували які-небудь промислові або сільськогосподарські продукти?
Австрія	18,4	9,6	21,0	8,0	24,1	7,1	20,2
Бельгія	13,5	3,9	15,2	5,2	22,0	6,5	9,9
Швейцарія	13,7	6,8	13,3	8,4	37,7	8,4	25,6
Чеська Республіка	18,1	3,3	8,0	4,5	13,3	3,3	7,1
Німеччина	11,3	3,4	20,4	4,2	32,5	9,3	20,7
Данія	19,3	4,6	23,7	8,0	29,0	5,4	28,3
Естонія	9,1	2,4	3,0	2,7	29,0	2,0	4,2
Іспанія	12,6	7,4	17,8	11,6	24,6	33,6	13,7
Фінляндія	21,8	4,3	31,2	14,2	25,6	2,0	29,3
Франція	15,0	4,3	16,6	12,1	31,4	12,3	29,4
Велика Британія	15,4	2,3	8,0	7,4	34,6	3,9	20,9
Греція	13,5	5,8	5,1	2,5	3,1	4,8	4,9
Угорщина	9,4	0,9	1,7	1,0	5,4	1,4	4,7
Ірландія	22,4	4,7	12,5	7,6	21,8	5,6	10,8
Ісландія	30,3	14,2	49,5	34,4	48,8	15,4	28,2
Люксембург	21,7	5,0	25,2	5,9	21,2	14,5	13,9
Нідерланди	13,2	3,6	16,7	4,9	23,0	4,3	8,5
Норвегія	22,8	8,5	25,2	23,2	38,7	10,6	23,5
Польща	7,0	2,7	5,8	3,9	9,6	1,6	5,4
Португалія	5,4	1,7	2,6	2,3	4,4	3,5	2,2
Швеція	14,3	3,3	24,3	12,8	48,7	7,5	34,8
Словенія	11,3	3,0	1,7	1,9	5,7	1,6	2,2
Словаччина	7,5	2,9	8,4	5,2	25,4	3,7	11,5
Україна	9,2	4,2	2,3	12,4	9,3	20,3	2,3
ЗАГАЛОМ	14,5	4,4	13,9	7,6	21,9	7,5	14,7

вид громадської діяльності. Менше, ніж українці, працювали в інших організаціях або об'єднаннях лише словенці (1,7%) та угорці (1,7%). А найбільшою мірою залучені до такої роботи переважно громадяни скандинавських держав: Ісландії (49,5%), Фінляндії (31,2%), Норвегії (25,2%), Люксембургу (25,2%), Швеції (24,3%), Данії (23,7%).

Такий вид громадянської поведінки, як *носіння значків із політичною рекламою, інших політичних атрибутів, розклеювання листівок* практикували 12,4% громадян України, що є доволі високим показником, оскільки загальноєвропейський показник дорівнює 7,6%. Більше за українців практикують таку поведінку лише ісландці (34,4%), норвежці (23,2%), фіни 14,2%, шведи (12,8%).

Натомість такий вид політичної діяльності як *підписання петицій* серед громадян України є менш поширеним (9,3%), якщо порівняти із загальноєвропейським показником (21,9%). Менше за українців підписували петиції словенці (5,7%), угорці (5,4%), португальці (4,4%) та греки (3,1%).

Участь у санкціонованих мітингах або демонстраціях практикували 20,3% українців, що є одним з найвищих показників порівняно із загальноєвропейським (7,5%). Більше за українців мітингували та брали участь у демонстраціях лише іспанці (33,6%).

Така форма політичної поведінки як *бойкот яких-небудь промислових або сільськогосподарських продуктів* практикувалася незначною кількістю українських громадян (2,3%), натомість загальноєвропейський показник таких дій — 14,7%. Менше, ніж українці, до таких дій вдавалися португальці (2,2%) та словаки (2,2%). Бойкот як форма протесту більше поширений серед громадян західноєвропейських країн: Швеції (34,8%), Франції (29,4%), Фінляндії (29,3%), Данії (28,3%), Ісландії (28,2%), Швейцарії (25,6%) Норвегії (23,5%), Великої Британії (20,9%), Німеччини (20,7%), Австрії (20,2%).

Загальний обрахунок щодо українських громадян засвідчив, що тих, хто брав участь принаймні в одному громадсько-політичному заході, — 31,9%, тоді як тих, хто взагалі не був активним, — 68,1%. Треба зважати на те, що деякі високі показники політичної участі українських громадян, зафіксовані в опитуванні, опосередковано пояснюються політичними подіями кінця 2004 року. Однак активне політичне життя в Україні продовжилось й після помаранчевої революції. Тому подальші дослідження дають змогу порівнювати громадянські практики останніх років.

*Політичні стилі населення України
та чинники їх формування*

Оскільки структура і характер політичних стилів зумовлені специфікою тих суспільств, в яких їхні носії їх здійснюють, ми скористалися нормативним ранжуванням методики вимірювання рівня соціальної напруженості, що була розроблена Н.Паніною, основним показником якої виступає “Індекс Дестабілізаційності Протестного Потенціалу” (ІДПП). Основою обчислення ІДПП слугували результати експертних оцінок (100 експертів — керівників структур центральної виконавчої влади) різних форм соціального протесту з огляду на міру їх дестабілізаційності. У підсумку отримані оцінки, надані експертами рівню загрози акції протесту для соціального порядку і стабільності за 11-бальною шкалою, надали переліку акцій соціального протесту порядок дестабілізаційності [див.: 21]. До того ж шкала, побудована експертним методом, має більш абсолютний характер, схилиючи респондентів до певної об’єктивної норми, що була визначена експертами.

У рамках опитування омнібуса “Громадська думка в Україні—2006” (N = 1800), що його провів Інститут соціології НАН України, респондентам пропонували зазначити дещо ширший перелік громадсько-політичних заходів, зберігаючи загалом порядок заходів за мірою зростання їхньої дестабілізаційності (див. табл. 4.3).

Загалом 35,3% опитаних зазначили, що брали участь принаймні в одному громадсько-політичному заході, тоді як 64,7% населення у жодному із таких заходів участі не брали. Таким чином, зважаючи на результати досліджень Європейського соціального дослідження (2005 рік), правомірним може бути висновок, що активні політичні стилі схильні виявляти близько третини населення України.

Очевидним є той факт, що неконвенціональні форми політичних стилів не набули поширення. Найбільш поширеною формою політичного стилю українців є переконування друзів, близьких, знайомих у правоті своїх політичних поглядів — 22,5% респондентів практикували таку форму політичної участі. Поширення таких стильових практик, як участь у роботі передвиборчих штабів (8,2%), носіння символіки політичного характеру (7,8%), контактування з активістами політичних організацій (6,3%) можна пов’язати зі специфікою політичного життя країни, оскільки опитування про-

Таблиця 4.3

Розподіл відповідей населення України на запитання:
 “В яких громадсько-політичних заходах Ви особисто брали участь
 протягом останніх 12 місяців?”, (N = 1800), Омнібус–2006

Варіанти відповіді	N	%*
Переконував друзів, близьких, знайомих у правоті своїх політичних поглядів	404	22,5
Носив символіку політичного характеру	140	7,8
Вступав у контакт з офіційними представниками влади	70	3,9
Вступав у контакт з активістами політичних організацій	113	6,3
Брав участь у роботі передвиборчих штабів	148	8,2
Збирав підписи під колективними зверненнями	56	3,1
Розсилав повідомлення політичного змісту з мобільного телефону та електронною поштою	14	0,8
Не купляв певних товарів з політичних міркувань	52	2,9
Брав участь у законних мітингах і демонстраціях	143	7,9
Брав участь у голодуваннях протесту	6	0,3
Брав участь у бойкоті (відмовлявся виконувати рішення адміністрації, органів влади)	3	0,2
Брав участь у несанкціонованих мітингах, демонстраціях чи страйках	11	0,6
Пікетував державні установи	13	0,7
Блокував шляхи сполучення	3	0,2
Брав участь у захопленні будівель державних установ	2	0,1
Інше	13	0,7
У жодному із таких заходів участі не брав	1164	64,7

* Сума перевищує 100%, оскільки респондент міг обрати всі відповіді, що підходять.

водили одразу після парламентської кампанії. Участь у законних мітингах і демонстраціях зазначили 7,9% респондентів, що значно менше, ніж зафіксований відсоток участі населення України у таких заходах в опитуванні Європейського соціального дослідження (2005 рік).

Виокремивши умовне групування “активістів”: тих, хто брав участь принаймні в одному громадсько-політичному заході, та умовне групування “абсентеїстів”: тих, хто в жодному із таких заходів участі не брав, розглянемо їхні соціально-демографічні характеристики. Якщо за етнічними та мовними ознаками суттєвої

різниці не помічено, то регіональний розподіл засвідчив найбільшу поширеність “активістів” серед респондентів Заходу (40,2%) та Сходу (36,3%), тоді як серед мешканців Центру та Півдня таких відповідно 33,1% і 29,8%. Існує різниця і за поселенською ознакою: чим чисельніший тип поселення, тим більша кількість “активістів”. Особливо відчутна різниця (різниця значуща на рівні 0,05) кількості “активістів” серед жителів сіл (30,1%) і великих міст (41,0%). Віковий розподіл засвідчив істотну відмінність між віковими когортами 30–54 років та 55 і старших (різниця значуща на рівні 0,01): кількість “активістів” у середній віковій категорії – 40%, натомість серед літніх людей таких 27,9%.

Нами був проведений факторний аналіз позитивних відповідей щодо запропонованих громадсько-політичних заходів, який дав змогу об’єднати різні вияви політичного стилю життя активної частини населення України (див. табл. 4.4).

Критерій адекватності вибірки Кайзера-Меєра-Олкіна дорівнює 0,656, що загалом свідчить про задовільну адекватність цієї величини для застосування факторного аналізу до вибірки*. Значення p -рівня виявилось меншим 0,05 (у нашому випадку – 0,000). Це також вказує на те, що дані цілком прийнятні для проведення факторного аналізу. Завдяки чотирифакторній моделі стильові комплекси (фактори) дали змогу описати 40,9% дисперсії результативної ознаки.

Найбільш інформативним є перший фактор, який пояснює 15,952% сумарної дисперсії. Він об’єднує такі стильові ознаки, як контакти з активістами політичних організацій, контакти з офіційними представниками влади, збирання підписів під колективними зверненнями та участь у роботі передвиборчих штабів. Як бачимо, у цей фактор ввійшли стильові ознаки конвенціонального характеру з акцентом на активний контакт із політичними інституціями. Таким чином, цю форму політичного стилю можна умовно назвати “активним контактуванням”.

* Критерій адекватності вибірки Кайзера-Меєра-Олкіна є величиною, що характеризує ступінь застосування факторного аналізу до даної вибірки: більше 0,9 – безумовна адекватність; більше 0,8 – висока адекватність; більше 0,7 – прийнятна адекватність; більше 0,6 – задовільна адекватність; більше 0,5 – низька адекватність; менше 0,5 – факторний аналіз не може бути застосований до вибірки.

Таблиця 4.4

**Факторний аналіз участі населення України
в громадсько-політичних заходах, дані Омнібуса—2006**

Громадсько-політичні заходи	Фактори			
	F1	F2	F3	F4
Вступав у контакт із активістами політичних організацій	0,814			
Вступав у контакт з офіційними представниками влади	0,687	0,253		
Збирав підписи під колективними зверненнями	0,610			
Носив символіку політичного характеру		0,670		
Переконавав друзів, близьких, знайомих у правоті своїх політичних поглядів		0,577		
Брав участь у законних мітингах і демонстраціях		0,573	0,253	
Не купляв певних товарів з політичних міркувань		0,516		0,271
Брав участь у роботі передвиборчих штабів	0,345	0,359		
Пікетував державні установи			0,647	
Брав участь у несанкціонованих мітингах, демонстраціях чи страйках			0,612	
Блокував шляхи сполучення			0,475	
Брав участь у бойкоті (відмовлявся виконувати рішення адміністрації, органів влади)			0,413	-0,284
Розсилав повідомлення політичного змісту з мобільного телефону та електронною поштою				0,673
Брав участь у захопленні будівель державних установ				0,639
Брав участь у голодуваннях протесту			0,406	0,581

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Примітка. В таблиці наведено коефіцієнти, значення яких перевищують 0,25.

Другий фактор (інформативність — 10,243%) об'єднує такі стилеві ознаки, як носіння символіки політичного характеру, переконування друзів, близьких, знайомих у правоті своїх політичних поглядів, участь у законних мітингах і демонстраціях, бойкот

певних товарів із політичних міркувань та участь у роботі перед-вборчих штабів. На відміну від попередніх стильових ознак, ці дії не передбачають навмисних неодноразових контактів із незнайомими людьми. Тому цю форму політичного стилю можна визначити як *“обмежена демонстративність”*.

У третьому факторі (інформативність — 7,672%) поєднані такі стильові ознаки, як пікетування державних установ, участь у несанкціонованих мітингах, демонстраціях чи страйках, блокування шляхів сполучення та участь у бойкоті (відмовлявся виконувати рішення адміністрації, органів влади). Очевидно, що цей фактор зібрав неконвенціональні практики переважно ненасильницького характеру, оскільки перекриття доріг найчастіше не передбачає застосування сили. Очевидно, що ці стильові ознаки окреслюють девіантну поведінку, яка відзначається *“дієвим нонконформізмом”*.

Четвертий фактор (інформативність — 7,083%) корелює з такими стильовими ознаками, як розсилання повідомлень політичного змісту з мобільного телефону й електронною поштою, участь у захопленні будівель державних установ та участь у голодуваннях протесту. У цей фактор увійшли радикальні неконвенціональні практики із застосуванням сили і засобів комунікації. Такі дії, без сумніву, слід помітити як *“радикальна демонстративність”*. Поєднання новітніх засобів зв'язку та конфліктних способів політичного впливу, які зазвичай не залишаються непоміченими для ЗМІ, схиляє до думки, що носії цих стильових ознак є доволі зорганізованими й компетентними щодо привернення до себе громадської уваги.

Таким чином, можна говорити про наявність в українському суспільстві, подібно до західних суспільств, феномена однотипності в політичних стилях, тобто простежується схильність брати участь у тих видах діяльності, які вимагають подібних ресурсів чи вправності. Виявлено, що близько третини громадян України впродовж останніх років беруть участь принаймні в одному громадсько-політичному заході.

І нарешті, виникає потреба розглянути чинники впливу на політичні стилі населення України та з'ясування їхньої першочерговості. Предметом нашого аналізу є з'ясування того, що є більш важливим чинником формування активних політичних стилів — соціоекономічний статус чи соціально-психологічні вияви можливості конт-

ролю органів влади. Виходячи з результатів вищезгаданих досліджень, спробуймо висунути такі гіпотези:

1) активні політичні стилі життя здебільшого залежать від об'єктивного чинника — соціоекономічного статусу індивіда: чим вищий цей статус, тим більшою є схильність до громадянської активності;

2) активні політичні стилі життя більшою мірою зумовлені суб'єктивним чинником, зокрема визнанням власної можливості контролювати органи влади;

3) активні політичні стилі життя однаковою мірою залежать як від соціоекономічного статусу, так і від високої суб'єктивної оцінки власної можливості контролювати органи влади.

Для з'ясування наших гіпотез з урахуванням деяких інших показників на підставі даних Омнібуса—2006 застосуємо модель бінарної логістичної регресії. Цей метод дає змогу найточніше вивчати вплив різних чинників на залежну дихотомічну змінну. Як залежну використаємо дихотомічну змінну “участь у громадсько-політичних заходах”, яка набуває значення 1 для групи тих, хто брав участь принаймні в одному громадсько-політичному заході, та значення 0 для групи тих, хто в жодному із таких заходів участі не брав. Як незалежні змінні моделі розглянемо такі змінні:

- “статус зайнятості” із можливими варіантами відповіді “1 — у даний час не працюю; 2 — найманий працівник; 3 — самозайнятий (індивідуальна трудова діяльність, представник вільної професії); 4 — роботодавець (власник, який використовує найману працю інших)”;

- “освіта” із можливими варіантами відповіді “1 — початкова, неповна середня; 2 — середня загальна; 3 — середня спеціальна (технікум, училище, коледж); 4 — перша ступінь вищої освіти (бакалавр); 5 — повна вища освіта (спеціаліст, магістр, аспірантура, науковий ступінь)”;

- “дохід”, вимірюваний кількістю гривень заробітної плати (стипендії, пенсії) за останній місяць;

- “участь у приватизаційних процесах”, фіктивна дихотомічна змінна, яка набуває значення 1 для тих, хто брав участь принаймні в одному приватизаційному заході, та значення 0 для групи тих, хто в жодному з таких заходів участі не брав;

- “вік”, вимірюваний у кількості повних років життя;
- “участь у виборах до Верховної Ради України 26 березня 2006 року”, дихотомічна змінна, яка набуває значення 1 для тих, хто не брав участі у виборах, та значення 2 для групи тих, хто брав участь у них;
- “можливість контролю над органами влади”, фіктивна дихотомічна змінна, яка набуває значення 1 для тих, хто вважає, що у них є можливість контролювати діяльність центральних і місцевих органів влади, та значення 2 для групи тих, хто вважає, що такої можливості в них немає.

Включення цих змінних до однієї моделі дасть нам змогу перевірити, чи зберігається з урахуванням вікового й електорального показників вплив об’єктивного та суб’єктивного чинників на продукування активних стилів життя (перевірка гіпотез 1 та 2 нашого дослідження), а також порівняти силу впливу цих двох чинників (перевірка гіпотези 3).

Побудову рівняння бінарної логістичної регресії для респондентів, які брали участь у громадсько-політичних заходах, відображено у таблиці 4.5.

Таблиця 4.5

Логістична регресія для залежної змінної
“участь у громадсько-політичних заходах”

Групування	B	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)	R
Статус зайнятості	0,107	0,100	1,152	0,283	1,113	0,133
Освіта	0,221	0,043	26,808	0,000	1,247	0,183
Дохід	0,000	0,000	0,273	0,601	1,000	0,058
Участь в приватизаційних процесах	0,863	0,143	36,443	0,000	2,370	0,158
Вік	-0,017	0,004	20,027	0,000	0,984	-0,121
Участь у виборах до Верховної Ради України 26 березня 2006 року	-0,765	0,168	20,718	0,000	0,465	-0,121
Можливість контролю над органами влади	0,650	0,112	33,778	0,000	1,915	0,183
Constant	-0,641	0,363	3,110	0,078	0,527	

Nagelkerke R Square = 0,147

Правильно класифіковано 67,4% об’єктів

Отже, правильно класифіковано 67,4% загального числа аналізованих респондентів, що свідчить про достатню якість побудованої моделі. Однак треба зазначити, що показник Nagelkerke R Square, який є певним аналогом коефіцієнта детермінації в моделі рівняння лінійної регресії, що показує частку впливу всіх предикторів моделі на дисперсію залежної змінної, є невисоким (0,147). Тобто частка дисперсії, яку можна пояснити за допомогою логістичної регресії, становить 14,7%.

Серед чинників, що були включені до моделі, така незалежна змінна як дохід не має статистично значущого впливу на активізацію політичних стилів населення (значущість коефіцієнтів вказано в стовпчику Sign.). Аналіз знаків коефіцієнтів побудованого рівняння (стовпчик B) віддзеркалює вплив відповідних предикторів на залежну змінну. Виявлено, що з усіх об'єктивних чинників, включених у модель, статус зайнятості, освіта та участь у приватизаційних процесах позитивно впливають на активізацію політичних стилів населення, натомість вік та неучасть у виборах до парламенту впливають на це негативно. Включений нами єдиний суб'єктивний чинник — можливість контролю над органами влади — також засвідчив позитивний вплив на залежну змінну. Таким чином, отримані результати частково спростовують гіпотезу 1, оскільки така важлива складова соціоекономічного статусу як дохід не впливає на політичні стилі населення України. Однак ми не можемо остаточно надати перевагу гіпотезі 2, бо крім зафіксованого впливу суб'єктивного чинника залишається впливовим чинник участі в приватизаційних процесах із достатньо високим коефіцієнтом.

Порівняння сили впливів незалежних змінних у моделі логістичної регресії було здійснено за допомогою показника часткової кореляції (R) цих змінних із залежною. Цей показник показує впорядкування чинників за силою їхнього впливу. Найбільший (і що цікаво — однаковий) позитивний вплив мають змінні “освіта” та “можливість контролю над органами влади”. Процедура порівняння змінних “освіта” та “можливість контролю над органами влади” за значимістю коефіцієнтів на підставі статистики Вальда (Wald), яка пов'язана з методом максимальної правдоподібності, також істотної різниці не зафіксувала. Таким чином, виявлено, що чим ви-

щий рівень освіти, тим більшою є схильність до активних політичних стилів. Так само наявність у респондента переконання, що у нього є можливість контролювати діяльність центральних та місцевих інститутів влади, збільшує шанс до активізації політичних стилів.

Дещо менший, але позитивний вплив справляють змінні “статус зайнятості” й “участь у приватизаційних процесах”. Отже, зростання статусу зайнятості та участь у приватизаційних процесах сприяє участі населення у громадсько-політичних заходах. Натомість негативний і дещо менший за силою вплив мають змінні “вік” та “участь у виборах до парламенту”. Очевидно, що чим більшим є вік, тим меншим є шанс сповідувати активні політичні стилі: наше припущення стосовно того, що молодій верстві населення притаманна більша активність, справдилося. Так само неучасть у виборах зменшує імовірність брати участь у громадсько-політичних заходах.

Висновки

Підсумовуючи, можна стверджувати, що і зміни соціальних цінностей, і зміни умов життя впливають на політичні стилі життя населення. Результати логістичної регресії для залежної змінної “участь у громадсько-політичних заходах” найбільшою мірою відповідають гіпотезі 3, яка з'ясувала однаковий вплив певних складових соціоекономічного статусу та високої суб'єктивної оцінки власної можливості контролювати органи влади на активізацію політичних стилів життя. Привертає увагу те, що дохід як складова соціоекономічного статусу не впливає на політичну активність населення, натомість участь у приватизаційних процесах справляє достатньо серйозний вплив на політичні стилі. Це питання потребує окремого дослідження, оскільки очевидним є традиційний зв'язок суспільної активності навколо інституту приватної власності та політичних преференцій людей.

Особливістю українського суспільства є те, що низькі показники політичної участі в конвенціональних формах не спричинили зростання неконвенціональних форм політичних стилів. Очевидно, що стабілізаційним чинником цього феномена є те, що серед громадянських активістів зосереджено більше людей із високим

і середнім соціальним статусом. Виокремлення факторним аналізом стильових ознак політичної участі дало змогу виявити чотири форми політичних стилів активного населення України: “активне контактування”, “обмежена демонстративність”, “дієвий нонконформізм” та “радикальна демонстративність”.

Позитивним явищем є зафіксоване за останні два роки зростання кількості звернень громадян до місцевої держадміністрації. Це сприятиме розвитку громадянського суспільства й посиленню соціального контролю над гілками влади. Водночас результати Європейського соціального дослідження показали, що наші співвітчизники та ще кілька європейських націй виявляють найнижчу політичну активність порівняно з населенням країн традиційної демократії. Привертає увагу те, що серед населення України поширеніші ті активні політичні стилі, які пов’язані з передвиборчими кампаніями, натомість протестні практики іншого характеру, зокрема економічного, суттєвого поширення не набули.

Література

1. Шульга Н.А. Критерии определения стилей жизни личности // Образ жизни. Теоретические и методологические проблемы социально-психологического исследования. — К., 1980. — С. 156–173.
2. Головаха Е.И., Панина Н.В. К построению системы показателей стиля жизни личности // Стиль жизни личности: теоретические и методологические проблемы. — К., 1982. — С. 268–286.
3. Almond G. Comparative Political Systems // Journal of Politics. — 1956. — Vol. 18. — № 3 (Aug.). — P. 391–409.
4. Головаха Е.И., Панина Н.В. Социальное безумие: история, теория и социальная практика. — К., 1994.
5. Ерышев А.А., Ребкало В.А. Политическая культура личности. — К., 1985.
6. Короткова Н.В. Разработка Г.Д.Лассуэлом методов политического психоанализа // Социально-политический журнал. — 1998. — № 4. — С. 193–209.
7. Кон И.С. Введение в сексологию. — М., 1989.

8. *Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б.* Политическая психология. — Ростов-на-Дону, 1996.
9. *Lipset S.M., Seong K-R., Torres J.C.* A Comparative Analysis of the Social Requisites of Democracy // *International Social Science Journal*. — 1993. — May. — № 136(2). — P. 155–175.
10. *Scott J.C.* Membership and Participation in Voluntary Associations // *American Sociological Review*. — 1957. — № 22. — P. 315–326.
11. *Verba S., Nie N.H., Kim J.* Participation and Political Equality: A Seven-Nation Comparison. — Chicago; London, 1978.
12. *Ingelhart R.* The Silent Revolution in Europe: Intergenerational Change in Post-Industrial Societies // *American Political Science Review*. — 1971. — Vol. 65. — P. 991–1017.
13. *Инглхарт Р.* Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // *Полис*. — 1997. — № 4. — С. 6–32.
14. *Milbrath L., Klein W.* Personality Correlates of Political Participation // *Acta Sociologica*. — 1962. — № 6. — P. 53–65.
15. *Dahl R.A.* Who Participates in Local Politics and Why? // *Science*. — 1961. — 134. — P. 1340–1348.
16. *Горбачик А.* Політичні орієнтації населення України: тенденції змін та фактори формування // *Українське суспільство 1994–2004: моніторинг соціальних змін*. — К., 2004. — С. 221–231.
17. *Скоблик В.* Участь громадян у політиці: західні концепції 1960–1990-х років : Навчальний посібник. — Ужгород, 1999.
18. *Баталов Э.Я.* Политическая культура современного американского общества. — М., 1990.
19. *Головаха Є., Паніна Н.* Основні етапи і тенденції трансформації українського суспільства: від перебудови до “помаранчевої революції” // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. — 2006. — № 3. — С. 32–51.
20. *Ручка А.* Динаміка ціннісних пріоритетів громадян України // *Українське суспільство 1994–2004: моніторинг соціальних змін*. — К., 2004. — С. 416–427.
21. *Головаха Е.И., Панина Н.В.* Потенциал протеста украинского общества // *Социологические исследования*. — 1999. — № 10. — С. 31–40.

Розділ 5

СТИЛІ ЖИТТЯ ПРАВЛЯЧОЇ ЕЛІТИ УКРАЇНИ

Уже сама назва цього розділу може викликати у читача суперечливі почуття. Миттєва зацікавленість цією темою може одночасно супроводжуватися прискіпливими запитаннями щодо можливостей повноцінного її дослідження. Справді, представники еліти (і передусім еліти правлячої) та вияви їхнього життя (а найбільше — життя особистого) викликають великий інтерес не лише у журналістів і науковців, а й у суспільства загалом. Приміром, значна роль правлячих еліт у прийнятті життєво важливих для всього суспільства рішень та висока привабливість їхніх соціальних позицій визначають рівень інтересу до них з боку соціуму. Те саме можна сказати про інші елітні групи (економічну, культурну, наукову тощо).

Власне громадяни як споживачі інформаційної продукції (й у далекому минулому, й у сучасному інформаційному суспільстві) звертають більшу увагу навіть не на офіційне, публічне життя правлячої еліти, яке пов'язане або із виконанням функцій управління та прийняття рішень, або із формуванням норм культури на естраді тощо. Здавалося б, саме ці аспекти життя верховних керманів політики, власників підприємств чи видатних письменників мають бути в центрі суспільної уваги, оскільки саме в цій площині — без перебільшення — вирішуються долі індивідів і цілих соціальних груп. Але громадянам передовсім “кидаються в очі” вияви приватного життя, повсякденної поведінки, організації побуту, все те, що пов'язане із стилем життя представників елітних груп. Це ціл-

ком логічно й зрозуміло, оскільки престиж вищих стратифікаційних груп завжди приваблював представників нижчих. Представники різних елітних груп перебувають на “верхівці” соціальної структури (або на ключових позиціях соціальної мережі) і, таким чином, опиняються в сфері концентрованої уваги всього суспільства. Це, звісно, має позитивний сенс, бо саме за таких умов в ідеалі найбільшого потенціалу набуває громадський контроль над представниками вищих верств соціуму.

Але надмірне спостереження громадськості за життям VIP (від англійського *Very importance persone* — дуже важлива персона) породжує певні проблеми в пізнанні їхнього стилю життя. По-перше, престиж високого статусу елітних груп перетворює її представників на найбільш публічних і найбільш недоступних, закритих персон. Їхня “закритість” виявляється не тільки в тому, що у представників еліт досить важко взяти велике глибинне інтерв’ю через високий рівень зайнятості й звичності до публічності. Еліти, відчуваючи себе під постійним контролем, намагаються зберегти бодай мізерну частину свого приватного життя у “власному користуванні”. Тому вони дають інформацію про себе дозовано, обираючи найвигідніший ракурс свого “публічного портрета”. В цьому контексті може розмиватися межа між автентичною та стилізованою поведінкою, оскільки для VIP, які постійно перебувають у “сяйві софітів та юпітерів”, характерна дещо штучна, театралізована публічна поведінка (стилізація під певні образи й зразки), що згодом може переходити у стан внутрішніх цінностей і поведінки автентичної. Отже, ЗМІ демонструють громадськості лише ті вияви життя та поведінки VIP, які доступні для кореспондентів. Утім, навіть найкращий журналіст разом із найдосвідченішим папараці при всьому бажанні навряд чи зможуть розкрити й описати всебічно і без винятків життя принаймні одного представника певної елітної групи. Відтак соціолог, який вивчає стиль життя еліти на вторинних джерелах, від початку приречений на певні обмеження своєї інформаційної бази.

По-друге, закономірно, що в центрі уваги завжди опиняються найбільш помітні події. Тому зрозуміла логіка відбору фактів із життя еліти: як правило, висвітлюються найбільш нетипові, незвичні (а незрідка — просто епатажні) для масового сприйняття події, що набувають актуальності лише завдяки контрасту на тлі загально-

людського буття. Звичайні, типові елементи не викликають належної зацікавленості, тому залишаються невисвітленими. Крім того, деякі ЗМІ, перебуваючи в перманентній гонитві за “сенсаціями”, іноді можуть нехтувати принципами об’єктивності й надавати дещо прикрашену, або навіть хибну інформацію. Це перетворює життя елітних груп в очах громадськості на своєрідний “театр”, де заради задоволення “глядачів” презентують лише найкращі “вистави”. Тому дослідник із величезного масиву інформації щодо об’єкта свого дослідження може використати зовсім незначну частину даних. І — навіть за таких умов — він має виявляти вкрай високу критичність, обережність і вибірковість щодо матеріалів дослідження. Адже в протилежному разі “ризикуює перейти з категорії вчених до категорії підсудних” [1, с. 27].

По-третє, стиль життя елітних груп у висвітленні ЗМІ та масовому сприйнятті зазвичай набуває певних емоційних забарвлень. Досліднику, який при дослідженні цієї проблеми змушений користуватися вторинною інформацією, вкрай важко утриматися від впливу загального емоційного тла. Але це, на наш погляд, є надто важливим елементом саме наукового дослідження, яке має бути неупередженим і безоцінним, із результатів якого кожен читач зможе зробити власні висновки. Інакше вчений ризикує схилитися в той чи той бік (апологетів еліти або їхніх запеклих ворогів), а його діяльність матиме ідеологічне забарвлення.

По-четверте, на тлі спостереження за яскравим життям поважних VIP, яке поступово перетворюється на перманентну “мільну оперу” для громадськості, споживач інформації (а таким може бути і вчений) може втрачати здатність критичного аналізу й оцінювання основної діяльності того чи того діяча або цілої групи, які виконують надзвичайно важливі суспільні функції. “Пригоди” коханки президента США привернули значно більше уваги, ніж рішення Пентагона в той самий час щодо проведення військової операції “Лис пустелі”. Більшість регіональної спільноти може знати, де розташований маєток керівника облдержадміністрації. І лише одиниці цікавляться кількістю відсотків акцій підприємств регіону, якими володіє цей посадовець, та інтенсивністю державних замовлень з бюджету області, наданих цим під-

приємствам. Отже, на тлі помітних вчинків можуть розвиватися події соціально важливі.

Окресливши головні проблеми, характерні для дослідження проблеми стилю життя елітних груп, зауважимо, що така проблематика досі в Україні не розроблялася. Вона не має чітких методологічних орієнтирів і концептуальних напрямів, окрім загально-теоретичних положень, що були викладені в колективній праці співробітників Інституту філософії АН УРСР “Стиль життя особистості”, що вийшла друком 1982 року [2]. Наше дослідження має характер соціологічної розвідки й окреслення найхарактерніших рис і тенденцій формування стилів життя сучасної правлячої еліти України. Але будь-яке повноцінне дослідження потребує визначення базових теоретичних орієнтирів проблеми, що вможливує ефективніший аналіз емпіричних даних.

Теоретичні конструкції стилів життя правлячих еліт

Літератури (як наукової, так і публіцистичної) з цієї проблематики небагато, що пояснюється складністю її дослідження й аналізу. Американський соціолог Т.Веблен [3] та французькі дослідники М.Пінсон, М.Пінсон-Шарло та Е.Мансіон-Ріго [4] у своїх працях, присвячених аналізу системи розподілу суспільного престижу в Америці та Франції, цікавилися переважно психологією прагнення задоволення марнославства й реалізацією її установок. Упущення Т.Вебленом соціального значення багатьох із описаних ним фактів критикував, зокрема, Ч.Р.Міллс, який приділив цьому питанню куди більше уваги у своїй праці “Владна еліта”.

Американський елітолог простежив важливий теоретичний взаємозв’язок між рівнем володіння соціально вагомими благами й способом життя [5, с. 31]. Відповідно до визначення М.Шульгою стилю життя як засобу реалізації особистістю соціальних можливостей [2, с. 63] (у цій монографії ми будемо використовувати це визначення як основне), можна простежити аналогічний зв’язок у конструкції Міллса зі стилем життя правлячої еліти, але вже із доданням чинника вільного вибору суб’єкта. Міллс доходить висновку, що всі виявлення життя еліти — житло, одяг, спілкування з представниками різних верств, манера поведінки тощо — “регулюються твердими правилами, ... тонким відчуттям того, що

личить робити і чого не личить робити” [5, с. 97]. Це зауваження свідчить більше про формування способу життя еліти. Але як набувається ця єдність стилю? Хто або що виробляє єдину систему цінностей, правил та норм? І чи не є ця уніфікація й регламентація логічним результатом сукупності моделей поведінки індивідів, об’єднаних спільними інтересами?

Надавши детальне описання фактів вияву життя “чотирьохсот родин” (до цієї категорії входили вищі верстви всіх великих міст Сполучених Штатів і передусім східної частини країни), Мілс відзначив уніфікацію стилю життя представників вищих класів усіх великих міст США [5, с.101]. Велике значення у формуванні цього стилю має система виховання, освіти й соціалізації, яка формує людину на все життя. Діти із “400 родин” мали однаковий регламент виховання: приватна денна школа — пансіон — коледж (серед яких найбільше значення мають коледжі League Ivy (Ліги Плюща) Принстонський, Гарвардський, Єльський). Усі ці етапи є соціальними фільтрами, що відділяють дітей еліти від студентів із неелітних верств. Бо просто вступити до коледжу Ліги Плюща — замало. Потрібно послідовно пройти всі етапи аристократичної підготовки (закінчити приватну школу та пансіон), що, зрештою, і визначає, в якому із “двох Гарвардів” навчатиметься студент. Під “справжнім Гарвардом” в елітних верствах США розуміють не так диплом про закінчення цього коледжу, як участь молодшої людини в одному зі студентських товариств, де триває процес формування системи внутрішньоелітних зв’язків, започаткованих у школі (“той, хто має друзів у Гарварді, мав їх ще в школі”). Це стає своєрідною перепусткою до “вищого світу”, дозволяє стати “своїм” в елітних колах. Показниками цього можуть слугувати кількісні дані, наведені Мілсом: дипломовані випускники коледжів Ліги Плюща стабільно становлять приблизно чверть усієї дипломованої владної еліти, а разом із випускниками не менш престижних Дортсмутського й Армчестерського коледжів — понад третину.

Саме в межах внутрішньоелітних зв’язків укладаються шлюби, як правило, між представниками однієї верстви. На всіх етапах майбутнім представникам еліти прищеплюється певна система внутрішніх цінностей (сприйняття себе й інших) та форма зовнішнього відображення їх (манера поводитися й говорити). Усі ці заклади

виховання й освіти виконують функції добору та спеціальної підготовки нових членів соціальної верхівки американського суспільства, а також стають чинником, що сприяє уніфікації та формуванню єдності вищих класів, “однорідного складу та класової самосвідомості” [5, с. 107].

Цікаво зазначити, що така система виховання майбутньої правлячої еліти (і формування у її представників відповідного способу життя) була, напевно, запозичена американцями в Англії. У престижних коледжах (public school) в Ітоні, Вінчестері, Регбі, Харроу існує досить жорстка система загартовування тіла, виховання характеру та манер нащадків Британської імперії, де їм у спартанських умовах прищеплюється відчуття субординації, витримки й “жорсткої верхньої губи” (аристократичної стриманості у виявленні емоцій). У своєму популярному нарисі “Коріння дуба” В.Овчинников зазначає, що для англійських батьків в освіті найбільше превентивне значення мають вплив школи на характер та манеру поведінки і вимову їхньої дитини, а також мережа шкільних зв’язків (“старі шкільні краватки”) [6, с. 380–383]. Показником ефективності цієї системи виховання еліти слугує такий показник: 18 прем’єр-міністрів Великої Британії були випускниками Ітонського коледжу. Завершується процес соціалізації британської еліти на “фабриках джентльменів” в Оксфорді та Кембриджі, студенти яких становлять лише 4% від загальної кількості студентів у Великій Британії (цікаво, що кількість учнів названих престижних коледжів теж становить 4% від 11 млн учнів усіх англійських шкіл. Узагалі цей показник може свідчити про загальну частку еліти в суспільстві.) Саме тут остаточно закріплюються моделі світосприйняття, способу життя, манер поведінки англійської аристократії. Однак головно увагу приділяють дискусійним клубам, де студентам прищеплюють навички професійних політичних діячів.

В Америці, на відміну від традиційного англійського суспільства, роль останнього етапу соціалізації представників вищого класу виконують закриті світські “клуби джентльменів”, де закріплюється система внутрішньоелітних взаємозв’язків і цінностей елітного середовища. Вони виконують роль не так розважальних закладів, як важливих ділових центрів, які завдяки залаштунковій формі контактів сприяють єднанню вищих кіл різних міст США, не-

гласній координації їхньої діяльності. Джентльмен, як правило, одночасно є членом кількох аристократичних клубів. На наш погляд, тут дістає відображення міллівська “ядерно-периферійна” модель владної еліти, представники якої вільно пересуваються з одних інститутів до інших, поєднуючи, таким чином, між собою управління різними інститутами та різні “гілки” вищих верств суспільства.

У клубах сконцентровані всі цінності, що конституують аристократію: “старовинний родовід, гідний шлюб і дім, ортодоксальна церква, поважні навчальні заклади й чільне становище в суспільстві” [5, с. 101]. “Джентльменські клуби” завершують процес формування маси елітного середовища з функціонально однорідних елементів, які мають спільні цінності та інтереси, навички можновладців і життєві прагнення, одноманітну зовнішність і біографічні дані. Причому всі заклади соціалізації та спілкування еліти — від приватної школи до “клубу джентльменів” чи курортів — обов’язково є закритими від зовнішнього неелітного середовища непомітними, але важкими для подолання бар’єрами не тому, що всі представники вищих верств є снобами. Міллс убачає причини цієї “закритості” еліти в необхідності формування певного типу характеру її членів і системи особистих взаємозв’язків між ними. Погоджуючись з цією думкою, додамо ще один чинник — раціоналістичне бажання захисту елітних позицій і всього, що з ними пов’язане, від неелітних верств суспільства. На наш погляд, саме недосяжність еліти, що виглядає зовнішньо сильним її боком, є її великою слабиною. Закриваючись від суспільства, еліта інституціоналізується, що згодом призводить до її деградації й підвищує імовірність зміни її контр-елітними групами. Еліта є заручницею цієї — об’єктивної для неї — закономірності своєї інституціоналізації [7]. Це дістає вияви і у формах життєдіяльності еліти. Так, маючи більші можливості розпоряджатися дефіцитними соціальними благами, представники еліти реалізують свої соціальні можливості та мають при цьому значно ширший діапазон вільного вибору, що й визначає їхній стиль життя. Але прагнення захисту своїх позицій від неофітів і подальша інституціоналізація призводять до регламентації й уніфікації виявів життя представників вищих верств. Еліта стає заручницею і свого стилю життя, який відмежовує

її від неелітних верств, а згодом перетворюється на систему внутрішньогрупових правил і норм та стає способом життя, відхилення від якого карається санкціями. Так, представник еліти, виходячи за “межі дозволеного” й обираючи недостатньо престижну — для увиразнення його групової належності — форму виявлення своєї життєдіяльності (непрестижну професію, навчальний заклад, шлюб, ресторан, взуття тощо), вже ризикує наразитися на непорозуміння, часткове відчуження від свого середовища. Тобто вже інституціоналізована правляча еліта має набагато менший кількісний діапазон вибору в своїй життєдіяльності, ніж це уявляється споживачам інформаційної продукції, які перманентно спостерігають за життям політичного бомонду.

Але це характерно для усталених суспільств, де еліта принаймні впродовж кількох поколінь інституціоналізувалася. В суспільствах, де ці процеси розпочалися нещодавно або й досі тривають, все набагато складніше. Правляча еліта поки не встигла остаточно стабілізуватися в своєму персональному складі, де ще багато представників інших верств суспільства зі своїми системами цінностей і манерами поведінки. Відбуваються інтенсивні процеси культурного, ціннісного взаємовпливу між різними складовими еліти. Її загал ще перебуває в пошуку оптимальних моделей системи цінностей та її зовнішнього вияву. Процеси регламентації й уніфікації форм життєдіяльності ще не досягли рівня інституціоналізованих норм, непохитних традицій. Саме у таких умовах можна найефективніше досліджувати стиль життя представників правлячої еліти, які ще багато в чому щиро і безпосередньо (бо й досі немає усталених стандартів і санкцій за їх порушення) зберігають відбитки, рудименти норм того середовища, з якого вони потрапили до елітних лав. Добре відомо, що політики із регіонів, ставши представниками еліти загальнодержавної, ще зберігають культурні моделі своїх регіонів, яких згодом поступово позбавляються.

Важливою є проблема визначення чинників впливу на представників еліти та стиль її життя не тільки з боку безпосереднього соціального середовища, а й іззовні. Еліта як інноваційне ядро будь-якого суспільства завжди має превентивний доступ до мережі міжнародних відносин та, відповідно, до новітніх світових досягнень. Вона сприймає їх першою та сприяє запровадженню їх у

своєму середовищі. Але може сприяти й поширенню норм та досягнень цього суспільства в світі (залежно від рівня розвитку суспільства та й, значною мірою, самої еліти).

Не менш цікавим є питання, як впливають на стилі життя правлячої еліти її взаємозв'язки з неелітними верствами. По-перше, кожна еліта є продуктом не лише свого соціального середовища, а й суспільства загалом. Еліта, безумовно, несе первинні норми, установки, традиції свого суспільства на ментальному, історико-генетичному рівні, які в сукупності із соціально-економічним устроєм суспільства справляють чималий вплив на спосіб і стиль життя еліти, яка, здавалося б, тримає велику дистанцію від неелітних верств. Так, загальновідомо, що російське дворянство XIX ст., розмовляючи між собою на балах і в салонах винятково французькою мовою, незрідка не відмовляло собі в користуванні традиційними елементами побуту простолюдинів (ярмарок, чаювання, лазня тощо). По-друге, під час значних соціальних потрясінь (революція, зміна правлячої еліти та принципів її селекції) відбувається змішування різних ціннісних систем. Елітні позиції можуть посісти представники неелітних верств, але у своєму способі й стилі життя вони відтворюватимуть не тільки власні ціннісні установки, а й елементи норм поведінки своїх попередників, які сприймалися як правлячий клас. Так, Англійська буржуазна революція не змогла викоринити повсякденного звернення "sir", а всі соціальні потрясіння в Російській імперії та СРСР не змогли викоринити чиновницького хабарництва.

Крім того, елітні групи справляють відчутний вплив на коригування стилів життя неелітних верств. У цьому найліпше виявляється її референтність, оскільки вона своїми привабливими соціальними позиціями й престижем мимоволі створює зразки відтворення життєдіяльності. Еліта володіє атрибутами престижу, запроваджує моду на споживання, створює моделі поведінки і навіть розмови (жаргон, вживання іноземних слів тощо). Ці зразки багато в чому залишаються недосяжними для неелітних груп, але своєю привабливістю вони надають додаткові стимули для населення "жити як біла людина", бодай іноді бути причетним до елітних стандартів, хоча б короткотерміново користуватися атрибутами

еліти. Таким чином, престиж вищих верств перетворює їх на позитивну (за термінологією В.Ільїна) еталонну групу для багатьох представників неелітних верств. Особливого поширення ці тенденції досягли в сучасних демократичних суспільствах, що може пояснюватися відсутністю жорстких формальних станових кордонів, зростанням економічних свобод і певним зменшенням дистанції між елітними та неелітними верствами. Як і VIP сучасний середній клас у багатьох розвинених суспільствах може дозволити собі гідне житло, відпочинок та дозвілля за бажанням, автомобілі, комп'ютери, телефони, побутову техніку, якісний одяг та їжу, що раніше було доступним лише для соціальної верхівки. Хоча дистанція зменшилася, але не зникла, а тільки набула більш розмитих, нечітких форм. Стиль життя еліти ніколи остаточно не зміщується зі стилями життя неелітних груп. Еліта завжди йде на крок попереду всього суспільства. Найвиразніше це виявляється в механізмах моди, що були окреслені у праці В. Ільїна [8, с. 83–95]. Мода виконує функції зовнішнього вияву класового відособлення. А процес розвитку моди перетворюється на одвічні перегони: еталонні групи (еліти) йдуть попереду мас, а маси прагнуть їх наздогнати. У цьому полягає одночасне поєднання елітизму й демократизму в капіталістичному виробництві. Ця теза може бути застосована також до ідей статусного престижу М.Вебера та показного споживання Т.Веблена. Але головна першість еліти, на нашу думку, полягає в ефективному використанні інформаційних технологій для збереження й примноження своєї влади (політичної, економічної, культурно-інформаційної тощо), що є для неї свого роду стилем життя. Саме ефективне володіння інформацією, активне життя в інформаційному середовищі допомагає еліті “володіти світом” і зберігати елітне становище в будь-якому суспільстві.

Для нас цілком логічними видаються положення статті Є.Головахи, в якій доводиться думка про трансформацію станів, але не остаточне їх зникнення [9]. Причому головну причину сучасного існування станів автор убачає саме в науково-технічному прогресі й розвитку революційних технологій (на нашу думку, першою чергою — в інформаційній царині), що “принципово змінює спосіб життя людей”. Доступ до цих технологій (а отже, й інформації)

визначає належність людини до того чи того стану. Так, вищий стан (еліта) має особливий стиль життя, етикет, норми поведінки та взаємин, які формуються в межах високого рівня доступу до найдефіцитніших соціальних благ, особливої інфраструктури й “неофеодального оточення” (охорона, обслуговування тощо). Є. Головаха також відзначає тенденцію схильності еліти до “замкненості” та самовідтворення за допомогою механізмів інституту шлюбу. Причина цього явища криється у прагненні обмеження доступу до високостатусних позицій.

Для нас становить інтерес перевірка викладених теоретичних положень щодо стилю життя еліти на матеріалі емпіричних даних українського суспільства. Для досягнення цього ми здійснили огляд ЗМІ (преси та Інтернет-видань) за період від січня 2006 до травня 2007 року. Було вибрано понад 250 статей із провідних інформаційно-аналітичних видань України, серед яких “Дзеркало тижня”, “Комсомольська правда в Україні”, “Коммерсант-Україна”, “Корреспондент”, “Публічні люди”, “Експерт”, “Власть денег”, “Високий замок”, “Газета по-київськи”, “Українська Правда”, “Сьогодні”, “Подобиці”, «Таблоїд», «Фокус», “Главред” та інші. Усі фактичні матеріали, що надають інформацію про стиль життя правлячої еліти України, відбиралися за принципом документальної доказовості. Критеріями останньої слугували документи (декларації про доходи тощо), фотографії, інформація від першої особи, надана нею в інтерв’ю. Усе це має слугувати певною гарантією відносної достовірності даних, якими ми будемо оперувати.

Отже, головним поняттям нашого дослідження є «правляча еліта» — керівні групи найважливіших інститутів суспільства, які можуть приймати стратегічно важливі рішення, наслідки від яких мають значення для всіх членів соціуму. До генеральної сукупності, яка, за нашими приблизними підрахунками, коливається в межах 1,5-2 тис. осіб, ми включаємо безпосередньо представників сучасної правлячої еліти та їхніх дітей, адже стиль життя у них спільний. Крім того, іноді буде використана інформація щодо колишніх представників правлячої еліти України, оскільки викликає інтерес питання зміни стилю життя індивіда після зміни статусу.

Чинники, процеси й результати становлення стилів життя української правлячої еліти

Оскільки зв'язок між різними еволюційними пластами існує завжди, можна припустити, що деякі елементи в своєму стилі життя сучасна українська правляча еліта перейняла від тих соціальних груп, які поповнювали її лави під час трансформаційних змін в українському суспільстві впродовж 15 років. Як відбувалися процеси становлення української правлячої еліти? М.Шульга виокремлює чотири основні етапи цих процесів [1, с. 34–36]. Кожен із цих етапів пов'язаний не тільки зі змінами в політиці правлячої еліти, а й із внутрішніми трансформаціями в її середовищі. По-перше, Київ не став самодостатнім центром кадрового продукування правлячої еліти України. За владу в центрі боролися найпотужніші регіональні елітні групи. Для кожного з етапів була характерна певна соціально-політична кон'юнктура. Відповідно до її умов у суспільстві міг бути затребуваний певний вид соціального капіталу (ідеологічний, організаційний, економічний). І регіональні групи, які мали в активі такого роду ресурси, приходили до влади на державному рівні [10]. Але при цьому вони (здебільшого, навіть, несвідомо) ставали й носіями та трансляторами ціннісних установок, норм вияву життєдіяльності своєї регіональної спільноти, в межах якої вони отримали первинну соціалізацію. Так, у різні періоди ситуативно значний сегмент кількісного складу правлячої еліти становили представники західного та східного регіонів країни, регіональні спільноти яких мають певні культурно-цивілізаційні відмінності. Стабільно були представлені вихідці з центральних областей. Але ці дані, що були більш детально відображені в окремій статті, ще не можуть бути широко використані у дослідженні стилів життя правлячої еліти без проведення низки регіональних досліджень. Тому питання про вплив регіональних еліт на цінності й стиль життя загальнодержавного істеблішменту залишається відкритим.

По-друге, в різні етапи до складу правлячої еліти відбувалася інкорпорація представників інших соціальних груп. Ці процеси становлять для нас інтерес і вимагають детальнішого розгляду. Перший етап (1989–1994 роки) пов'язаний із процесами первинного нагромадження капіталу й інтеграції старої (номенклатура

різних рівнів, директорат) та нової (дисиденти національно-патріотичної орієнтації) еліти. Формується база легітимації великого капіталу. Під час другого етапу (1994—1999 роки) завершуються процеси первинного нагромадження капіталу й оформлення регіональних і галузевих кланів. Кримінальний перерозподіл сфер впливу назагал був завершений. Верхівка кримінального світу намагається легалізувати свої капітали у вигляді визнаного законом бізнесу, для чого була необхідна причетність до владних інституцій. Починається інкорпорація представників бізнесу, деякі з яких були пов'язані із кримінальним світом, у владні структури. Майже зміщені з елітних позицій представники колишньої дисидентської інтелігенції. Тісняться й позиції колишньої номенклатури за рахунок переходу значної частки її представників із когорти менеджерів (розпорядників економічними активами державної власності) до когорти безпосередньо власників капіталу. На третьому етапі (1999—2004 роки) влада остаточно зростається з власністю, внаслідок чого “правляча еліта криміналізується, кримінальна еліта респектабілізується” [1, с. 35]. На цьому етапі кількість колишньої номенклатури, не пов'язаної із бізнесом, ще відчутніше зменшується. Але відбувається повернення невеликої частки націонал-патріотичної інтелігенції у вигляді символів блоків Ю.Тимошенко та «Наша Україна» під час парламентських виборів 2002 року. Четвертий етап, що триває від 2004 року, пов'язаний із подіями виборів президента України у 2004 році та з їхніми наслідками для українського суспільства. Суттєвої зміни соціального портрета правлячої еліти України не відбулося (і навряд чи її можна очікувати найближчим часом). Головною складовою цього портрета є представники безпосередньо влади (неономенклатура) та великого бізнесу, які остаточно “переплелися” між собою (тож відрізнити одних від інших украй складно). Якщо для ранніх етапів було характерне формування бізнесу на основі політичного базису, що суперечить логічній конструкції марксистської теорії, то після 1998 року вже бізнес стає соціальним середовищем для формування політиків. Сегмент правлячої еліти, що складається з представників інших соціальних груп, — творчої інтелігенції (колишньої дисидентської, націонал-патріотичної і не тільки), наукової еліти, журналістів, еліти національних меншин (кримських

татар, угорців, румунів та ін.), “зірок” естради та спорту, генералітету силових установ тощо, є кількісно невеликим. Він виконує функції радше додаткової декорації, символічної прикраси, але не впливової складової.

Для чого нам потрібна періодизація процесів становлення правлячої еліти України? Ми скористалися можливістю простеження трансформації її соціального портрета від номенклатурно-дисидентської до бізнес-владної композиції. Кожна із названих соціальних груп привносила у правлячу еліту елементи своїх ціннісних установок, а отже, й моделі своїх стилів життя. Якись із них приживалися на ґрунті національно-демократичних перетворень, якись лишалися й лишаються нормою за інерцією, а деякі з’являлися й зникали досить швидко.

Звісно, за логікою інерції та історичного зв’язку між різними еволюційними пластами сучасна правляча еліта багато в чому успадкувала ціннісні установки та моделі стилю життя своїх попередників — радянської номенклатурної еліти. Існування цих моделей підтримується не тільки представниками номенклатури. Більшість представників сучасної правлячої еліти України (її бізнес-сегмента також) є вихідцями з радянської номенклатури різних рівнів. Вони не могли цілком позбавитися ціннісного світосприйняття, в якому жили й соціалізувалися зовсім нещодавно. Що ж зберігається у стилях життя правлячої еліти України від її номенклатурного минулого? На наш погляд, передусім — це наявність подвійних стандартів у поведінці, закритість від суспільства і прагнення неpubлічності. Ця риса була властива більшості радянської номенклатури, особливо вищого рівня. Вона реалізувалася в існуванні паралельного соціального світу, який публіцисти назвали “задзеркаллям”. Номенклатурні привілеї не створювали великої, контрастної соціальної нерівності в радянському суспільстві. Це визнають навіть західні суспільствознавці, які зазначали суттєву відмінність їх від особистого багатства політичних лідерів США [11]. Утім, існування спеціальної системи розподілу дефіцитних товарів, житла, закритої інфраструктури послуг, розваг і відпочинку справляли певний вплив на стиль життя більшості номенклатурної еліти, яка почувалася кастою обраних. Про це явище достатньо написано в публіцистичній літературі часів горба-

човської “перебудови”. В соціологічній літературі це питання розглядалося в статтях Н.Козлової, в яких досліджувалися мемуарні документи [12, с. 21–24]. Але на пострадянському просторі норми стилю життя номенклатури набули гіпертрофованих форм. Невеликий ілюстративний приклад. Як писав у своїй популярній статті “Невозвращенцы-3” Д.Видрін, принципи номенклатурних спецзакладів розподілу дрібних товарів споживання були покладені у формування закритої системи розподілу об’єктів державної власності серед правлячої еліти вже незалежної України [13]. Державно-ідеологічна оболонка еліти була змінена, але нетлінними лишилися головні цінності, норми та ключові механізми здійснення життєдіяльності. Чиновницька практика радянської бюрократії, яка тишком нехтувала інтересами населення, була фактично замінена презирством “нової аристократії” у ставленні до населення, яке, тим не менш, витончено використовується першими для здобуття й збереження влади. І хоча це не має прямого стосунку до теми дослідження, але дає змогу зрозуміти логіку, вектори трансформації ціннісних установок, а отже, і стилів життя еліти.

Інтелекція, попри яскраву індивідуальність та оригінальність її представників, не справила суттєвого впливу на формування стильових практик життя правлячої еліти, хоча дисиденти й запровадили деяку моду на використання фольклору, елементів української національної культури. Особливо відомі практика публічної участі можновладців у церковних богослужіннях (у населення це дістало саркастичне формулювання: “працювати канделябром на свята”) й інших церемоніальних процедурах (купання в ополонці на Водохрестя). Особливого значення набуло хрещення дітей, під час якого не тільки дотримуються національних традицій, а й здійснюють функції спілкування еліти, зав’язування й зміцнення взаємин між її членами. Останнім часом можна спостерігати інтенсифікацію використання національних елементів в одязі й навіть у зачісці. Звісно, здебільшого це свідчить про вміле використання PR на національній символіці. Але тут виникає питання: чи не може “PR у житті” перетворюватися на “життя в PR”, а згодом закріплюватися на ціннісному рівні й мати відповідне відображення на стилі життя? Гадаю, така трансформація цілком мож-

лива. І саме тут ми матимемо справу із переходом стилізованої поведінки в автентичну. Але простежити ці процеси на емпіричному рівні й ґрунтовно проаналізувати їх є доволі важким науковим завданням.

Значну роль відіграли “зірки” естради, представлені у складі правлячої еліти, в запровадженні, організації та проведенні такого елементу елітарного життя, як свята, урочистості, ювілеї, що також виконують функцію підтримки взаємозв’язків усередині елітного середовища. Цікаву аналогію можна провести із Середньовіччям: таку функцію при королівських дворах виконували придворні скоморохи, блазні. Прямого впливу на королівські рішення вони не мали, але вважалося: “Вустиами блазня говорить сам король”.

Верхівка силових установ (генералітет) армії, МВС, СБУ не стала впливовою складовою правлячої еліти України [1, с. 26]. І, відтак, не справила скільки-небудь помітного впливу на формування й коригування цінностей правлячої еліти та її стилів життя.

Головним генератором цінностей, законодавцем мод і смаків у формах виявів життєдіяльності став бізнес-сегмент правлячої еліти України, який веде своє походження переважно від номенклатури й частково — від криміналітету. Він успадкував первинні ціннісні установки від своїх “материнських” груп, що не могло не позначитися на процесах культурно-ціннісного взаємовпливу у внутрішньоелітному середовищі. Якщо номенклатура зберегла зміст світосприйняття й поведінки еліти, про що вже йшлося вище, то привнесення елементів кримінальної субкультури стало формою виявів життєдіяльності. Остання закріплювалася в звичаях, жестикуляції, специфічній лексиці [1, с. 35], а також у символах, аксесуарах і, що цікаво, особливих нормах ставлення до представників інших соціальних груп. Але чому саме кримінальна субкультура набула такого поширення й впливу на стилі життя і елітного середовища, і населення? Такого впливу не справляли кількісно більші генералітет, наукова еліта, “зірки” естради, що перебували у владних структурах. На наш погляд, це є свідченням кризи суспільства та його ціннісних установок у перехідні періоди.

Але це був лише початок процесів формування правлячої еліти та її стилів життя. Надалі криміналізований неономенклатурний істеблішмент прагнув не тільки легалізації свого бізнесу та легіти-

мації власного елітного статусу в суспільній структурі. Після нагромадження й розподілу первинних капіталів верхівці українського суспільства була потрібна власна респектабілізація. Еклектичний симбіоз неономенклатури та бізнесменів із кримінальним минулим намагався стати пристойною й поважною правлячою елітою, представники якої могли б бути допущені на міжнародні раути. Престиж буржуазії розвинених країн Заходу сприяв процесам прийняття моделей стилю її життя номенклатурною верхівкою ще за часів СРСР у 1970–1980 роках. Після розпаду СРСР ці процеси посилювалися в середовищі правлячих еліт у республіках СНД. Швидко й посилено сприймалися норми та стилі вияву життєдіяльності західної буржуазії (але не індивідуалістично-раціоналістичне світосприйняття, не цінності “протестантської етики” капіталістичного Заходу), в результаті чого в сучасній Україні склалася правляча еліта із зовнішньою оболонкою західних стандартів буржуазного стилю життя та внутрішньою серцевиною цінностей неофеодальної аристократії. У цьому дивним чином виявляється амбівалентність, подвійна інституціоналізація, характерна для всього українського суспільства та для його еліти зокрема [14]. Безкомпромісна демонстративна боротьба “за добробут українського народу” йде пліч-о-пліч із реальним захистом інтересів тільки своєї елітної групи та існуванням власного, закритого від того ж українського народу, світу споживання найвищих стандартів. Поруч із відвідуванням шляхетних балів, витончених вистав мистецтва й творчості, концертів і показів мод, участю у шахових чи більярдних турнірах чудово “уживаються” неодворянські полювання, що перетворюються на криваві бійні рідких тварин (а подеколи навіть надзвичайно елітних), влаштування забавок із вогнепальною зброєю на полігонах, купівлею аристократичних титулів і престижних дипломів, відвідуванням салонів краси та концертних заходів самошанування й самовинагороди (“Людина року”, “Золота Фортуна” тощо). Зовнішні вияви життєдіяльності правлячої еліти України, що разюче контрастують із життям українського суспільства, дістали негативну оцінку на Заході. Так, польські журналісти, які останнім часом були надзвичайно лояльними до України та її істеблшменту, дійшли одностайного висновку: “стиль життя українських еліт більше нагадує звичаї африканських

царьків Мобуту Сесе-Секо (Mobutu Sese-Seko), Омара Банго (Omar Bango) або Сані Абача (Sani Abacha), ніж лідерів країни з європейськими амбіціями” [15]. Але, на нашу думку, більш слушною є точка зору В.Шевчука, який порівнював стилі життя українських владних еліт зі стандартами життя вищих верств країн Латинської Америки [16].

Отже, українське суспільство в результаті 15 років трансформаційних процесів отримало симбіотичну й амбівалентну правлячу еліту, до вичерпної характеристики якої напрочуд підходить афоризм одного з її представників: “Маємо те, що маємо”. Спробуємо розглянути емпіричні показники стилів життя сучасного українського істеблішменту, які певною мірою ілюструють ціннісне світосприйняття цієї соціальної групи українського соціуму.

Стильові практики життя правлячої еліти України.

Соціальні можливості як матеріальне підґрунтя формування стилю життя українського істеблішменту

Якщо розпочинати із показників соціальних можливостей правлячої еліти в Україні, то соціолог змушений констатувати факт невинного зростання заможності її представників (якби це не сприймалося читачами за цинізм з боку автора). Ще 1994 року зарплатня народних депутатів України становила суму, еквівалентну 100 долларам США. Народні обранці 4-го скликання Верховної Ради України (2002–2004 років) отримували чистий оклад у розмірі 4 тис. грн (близько \$800). Після “помаранчевої революції”, яка в очах населення була спрямована на обмеження зловживань владою з боку правлячої еліти, відбулися позитивні зміни в плані поліпшення рівня життя останньої. У червні 2005 року уряд Ю.Тимошенко збільшив зарплатню депутатам парламенту та міністрам. А в жовтні того ж року депутатський корпус більшістю голосів підтримав внесення змін до Закону “Про статус народного депутата України”. У цьому акті закріплювалася норма оплати праці народних обранців на рівні міністрів, а також пенсійне забезпечення їх у розмірі 13–14 тис. грн. Оскільки при нарахуванні депутатського окладу враховується посада (голова комітету, заступник голови Верховної Ради тощо), зарплатня парламентарія може становити 16–24 тис. грн (еквівалентно \$3500–\$4500). Згідно зі змінами в

законодавстві, запровадженими у 2005 році, зараз зарплатня прем'єр-міністра не є меншою за 24 тис. грн (\$4700), а президента країни — не менш як 30 тис. грн (\$6000). Так, з оприлюднених у пресі декларацій про доходи В.Ющенка можна простежити таку динаміку: якщо 2005 року президент заробив майже 250 тисяч гривень, то у 2006 році прибутки сягнули 1 мільйона 141 тисячі 382 гривень 77 копійок. Із них зарплата становить 489 тисяч 80 гривень 25 копійок. Це означає, що щомісяця президент заробляє 40 756 гривень, тоді як минулого року цей показник становив 23 тисячі [17].

У цьому контексті цікаво порівняти показники фінансового забезпечення владної еліти України та інших країн. Наприклад, фінансова винагорода з бюджету (саме такий термін використовують у світовій практиці) одному парламентарію в США становить \$133 тис. на рік, у Німеччині — 192 тис. німецьких марок (до введення євро), у Франції — 37600 франків, у Бразилії — \$150 тис. Найбільш демократична система визначення розміру фінансової винагороди парламентаріїв поширена в Болгарії (формується на підставі офіційних даних про звичайну середню заробітну платню) та Латвії (на підставі даних про середню зарплатню державних службовців) [18]. Як можна бачити, високий рівень винагороди характерний для розвинених країн Заходу. Для нових членів ЄС (Болгарії, Латвії) він значно нижчий. Але і в першому, і в другому випадках ці показники відповідають відносному збігу основних статусних характеристик у зазначених суспільствах. Утім, у Латинській Америці (зокрема в Бразилії), в суспільствах якої наявна значна соціальна диференціація, поширена практика високої оплати парламентської діяльності. Ця теза, гадаємо, ще раз підтверджує аналогію сучасної української правлячої еліти з латиноамериканською.

Але це лише офіційна “верхівка айсберга”. Правляча еліта користується низкою пільг за рахунок держави, до яких належать надання житлової площі депутатам-некіянам (або виплата відповідної грошової компенсації), надання в користування державним посадовцям дачних будинків, забезпечення проїзду, лікування, відпочинку за державний рахунок тощо.

Але навіть і ці показники не можуть повною мірою розкрити соціальні можливості сучасної правлячої еліти України, на основі

яких формуються її стилі життя. Зарплатня й державні пільги дають лише поверхову відповідь на це запитання. Вони є основним доходом лише для рядових депутатів ВР України, яких уже не надто багато. Куди більший сегмент парламентського корпусу та вищих ешелонів виконавчої влади становлять індивіди, які мають певний зв'язок (прямий чи опосередкований) із великим бізнесом. Діяльність в його межах та в його інтересах забезпечує його володарям або представникам у владі головні прибутки, на тлі яких зарплатня й інші надбавки нагадують радше “гроші на кишенькові витрати”. Так, серед правлячої еліти поширена практика отримання доходів від цінних паперів і банківських рахунків. До кола, за даними податкових декларацій, належать В.Ющенко, О.Рибачук, С.Головатий, А.Яценюк, Б.Буца та інші. За численними свідченнями і журналістів, і самих народних депутатів парламент України 4-го та 5-го скликань налічував у своєму складі не менш як 300 депутатів (дві третини від усього депутатського корпусу) з мільйонними прибутками. До рейтингів найбагатших людей у журналах “Forbes” та “Wprost” потрапляли народні депутати В.Пінчук, Р.Ахметов, Г.Суркіс, П.Порошенко та інші. За результатами рейтингу “Топ-100 найбагатших людей України” (березень 2007 року, фільтром був показник загальної вартості капіталу не менш як \$100 млн), значний сегмент українських мільярдерів і мультимільйонерів (25% від загального списку) представлений у вищих органах державної та регіональної влади [19]. Цікавим є фракційний розподіл можновладців: 9 — у фракції блоку Ю.Тимошенко, 8 — у Партії регіонів, 3 — у блоку “Наша Україна”, 1 — у Соціалістичній партії України. Крім того, до цього рейтингу потрапили віце-прем'єр А.Клюєв, голова РНБО В.Гайдук та його перший заступник В.Хорошковський. Найпривабливішими регіонами для великого бізнесу є Київ та Харківська область, керівні структури яких очолили мультимільйонери Л.Черновецький та А.Аваков.

Щорічне дослідження польського часопису “Wprost” “Рейтинг найбагатших людей Центральної та Східної Європи” зафіксувало у 2007 році збільшення кількості українських багатіїв на 9 осіб (порівняно із 2006 роком): вони становили майже чверть усього списку на цей рік [20]. Ця тенденція логічно відбилася на конфігурації політичного корпусу. На виборах до парламенту 2007 року

найбільш привабливі та, відповідно, задалегідь прохідні позиції у списках кандидатів від партій посіли найзаможніші люди країни, міцно переплітаючи між собою інститути бізнесу та державної влади. За результатами дослідження “100 найбагатших кандидатів у депутати” (показником слугували офіційно задекларовані доходи за 2006 рік) [21] найбільша частка кандидатів із високими прибутками зосередилась у списку Партії регіонів — 50 осіб. Дещо менше їх у списках БЮТ (23) та НУНС (16), по 4 — в списках СПУ та КПУ, 3 — у списку Блоку Литвина. Причому найбільше доходів фігуранти отримують від дивідендів, роялті та відсотків за депозитами (983 млн грн — 65,7%). Друге місце за прибутковістю належить сферам бізнесу (281,7 млн грн — 18,8%) та невідомим доходам (210,6 млн грн — 14,09%). На цьому тлі жалюгідно виглядають пропорції доходів від зарплати в державних органах (18,9 млн грн — 1,2%), партіях і громадських організаціях (163 тис. грн — 0,01%) та науково-викладацької діяльності (596 тис. грн — 0,04%) [21].

Якщо простежити зміни в персональному складі Кабінету міністрів України, вочевиднється посилення тенденції дедалі більшого проникнення представників великого бізнесу на міністерські посади та витіснення ними раніше традиційних для цього органу влади чиновників-управлінців і професійних політиків. Так, за офіційно оприлюдненими даними податкових декларацій, поданих вищими держслужбовцями відповідно до вимог Закону “Про державну службу”, можна бачити вияви цих тенденцій. Якщо у 2002–2004 роках дохід міністрів обчислювався десятками тисяч гривень, то після “помаранчевої революції” — сотнями тисяч гривень. Навряд чи за часів президентства Л.Кучми вищі державні посадовці жили винятково на відносно невеликі доходи від офіційної зарплатні (можна лише припустити, що справжні джерела прибутків приховувалися від громадськості без належного контролю з боку ЗМІ й неурядових громадських організацій). Просто “помаранчева революція” та її наслідки відвертіше увиразнили сутність неономенклатурно-олігархічного соціального портрета правлячої еліти України. У вищих державних інстанціях з’являються посадовці з офіційно задекларованими доходами, що обчислювалися вже мільйонами гривень. Серед таких осіб можна пригадати секретарів РНБО П.Порошенка та В.Гайдука, першого заступника

секретаря РНБО В.Хорошковського, міністра економіки А.Яценюка, котрий згодом посів посаду міністра закордонних справ, а тепер — і спікера парламенту, міністра транспорту та зв'язку Є.Червоненка, який згодом обійняв посаду голови Запорізької облдержадміністрації, віце-прем'єра А.Клюєва. Відомими бізнесменами чи пов'язаними з великим бізнесом посадовцями у складі уряду (на серпень 2007 року) є А.Толстоухов, М.Рудьковський, Н.Шуфрич, Ю.Бойко, А.Кінах.

Вважаємо, що все це достатньою мірою свідчить про наявність тенденцій формування правлячої еліти здебільшого з лав представників великого бізнесу. Таким чином, останнім часом саме бізнес-сегмент правлячої еліти став головним продуцентом і транслятором ціннісних установок та стилів життя правлячої еліти України. Володіючи високим рівнем соціальних можливостей через нерівномірний доступ до важливих соціальних ресурсів, правляча еліта формує своєрідний стиль життя, який виконує роль бар'єра між елітою та іншими соціальними групами. Найбільшою мірою це виявляється у рівні та якості споживання, показники якого далеко не завжди збігаються із рівнем офіційно задекларованих доходів.

Вияви стилів життя у споживанні та моделях поведінки

Потрібно констатувати, що до правлячої еліти завжди належать більш активні представники того чи того суспільства. Активний стиль життя є суттєвою запорукою успіху в боротьбі за владу. Це характерно для інституціоналізованих суспільств зі сталою соціальною верхівкою. Наприклад, Ч.Р.Міллс зазначав, що попри наявність високих доходів, які дозволяють еліти вести бездіяльний стиль життя, її представники здебільшого обирають активну діяльність [5, с. 98]. Але особливе значення це має для суспільств, де відбуваються великі соціальні перетворення та зміна правлячої еліти. Умови фази первинного нагромадження капіталу вимагають саме цієї якості.

Українська правляча еліта формувалася після розпаду СРСР з активних представників різних верств. Можливо, в цьому полягає відповідь на запитання про домінацію впливу бізнесу на політику, про масову інкорпорацію представників першої категорії до керівних і політичних структур країни та її регіонів. Бізнес формує в

індивіда певний психологічний склад характеру, цінності, навички та стиль життя, які щільно пов'язані із дуже високим рівнем соціальної активності. Саме ці задатки лідерства, конкуренції, швидкої адаптації, прагнення бути першим, перемагати й домінувати надають індивідові додаткових механізмів та можливостей успішності. Ці якості разом із матеріальними ресурсами відкривають для нього канали проникнення до лав правлячої еліти. Людина, яка стала успішною в бізнесі, вже об'єктивно має значно більший потенціал бути успішною й у сферах управлінської та політичної діяльності, ніж представники інших царин зайнятості, де рівень соціальної активності та вимог нижчий. Правляча еліта культивує у своєму середовищі саме такі якості та відповідний стиль життя.

Але чому представники інших елітних груп суспільства (непрофесійні політики або чиновники) прагнуть інкорпорації до складу правлячої еліти? Причина цього полягає не лишень у престижі владних посад, не тільки у специфіці українського бізнесу, який може існувати суто за міцного зв'язку із державною владою (як схарактеризував специфіку українського олігархату Г.Павловський: “Якщо ти вибуваєш з влади, то стаєш здобиччю для інших олігархів”). Інститут влади є також важливим концентратом можливостей самореалізації індивіда. Не виключаємо, що влада може приваблювати як одна із найвищих форм соціальної діяльності, в межах якої активний суб'єкт може отримати своєрідне психологічне задоволення потреб у відчутті азарту за умов жорсткої конкурентної боротьби, а також у відчутті своєї значущості від керування підлеглими (що часто походить від психологічних комплексів). Але факт залишається фактом: незважаючи на численні інтерв'ю, в яких представники сучасної владної еліти зізнавалися у своїх симпатіях до країн Західної Європи, вони не мислять себе поза межами України. Напевно, тому, що саме тут вони можуть мати всю повноту влади, необмеженість власних соціальних можливостей і почуватися неофеодальним нобілітетом у слаборозвиненому суспільстві. Це припущення має у своєму підґрунті спостереження цієї специфічної риси українського істеблішменту, зроблені ще до “помаранчевої революції” політологом Д.Видріним [13] та журналісткою О.Брільовою [22].

У матеріалах багатьох інтерв'ю із представниками українського істеблішменту можна побачити, що більша частина респондентів

віддає перевагу активним практикам життєдіяльності. Це стосується і роботи як основної діяльності, і відпочинку, хобі. Те, що “життя в роботі і для роботи” є основною стильовою практикою життя переважної маси істеблішменту, не викликає сумнівів і дістає підтвердження у словах самих респондентів. Причому робота охоплює більшу частину життя представників істеблішменту. Часто у своїх інтерв'ю респонденти зазначали, що починають працювати дуже рано і повертаються з роботи пізно ввечері. Хоча й серед правлячої верстви трапляються випадки вияву гедонізму (найбільш характерними постатями у цьому плані є В.Ющенко, С.Терехін, Д.Табачник, Д.Видрін). Але загалом для правлячої еліти така риса не надто характерна.

Ще однією характерною для українського істеблішменту ознакою є доволі високий рівень професійної мобільності та мімікрії. На одному з інтернет-форумів, присвячених теорії еліт, була висловлена цікава думка, що своєрідним негласним кредо в житті правлячої еліти є гасло: “Не знати, а вміти” [23]. Домінація еліти в інформаційному середовищі дає змогу їй представникам успішно й швидко адаптуватися до управлінської роботи, причому незрідка в нових, раніше невідомих сферах діяльності. Назагал це відповідає міллівській моделі елітної структури, за якою до “ядра” входять індивіди, які вільно переходять з одного інституту до іншого, поєднуючи, таким чином, їхню верхівку між собою. В справедливості цієї конструкції можна впевнитися і на теренах України. Депутати й вищі чиновники часто не обмежуються лише політичною чи управлінською діяльністю. Невеликий сегмент істеблішменту поєднує політику з науковою, викладацькою, творчою роботою. Але переважними все одно є громадсько-інформаційна та бізнес-діяльність. Найяскравішим прикладом професійної мобільності може слугувати кар'єра А.Яценюка. Він був заступником голови правління банку “Аваль”, міністром економіки Автономної Республіки Крим, виконувачем обов'язків голови Національного банку України, заступником голови Одеської облдержадміністрації, міністром економіки України, міністром закордонних справ України, спікером Верховної Ради України. І таких прикладів можна навести багато. Іноді трапляються разючі випадки, коли люди, які до парламентської діяльності були директорами радгоспу чи пасторами

релігійної секти, очолюють силові міністерства й установи. Але не підлягає сумніву те, що істеблішмент володіє інформацією, основними навичками, механізмами “мистецтва управління”, що мають універсальне застосування в будь-якій сфері діяльності. Це й визначає значно вищий рівень професійної мобільності та адаптативності в житті правлячої еліти, ніж у неелітних верствах суспільства.

Багато в чому стиль життя істеблішменту визначається універсальними загальнолюдськими категоріями. На нашу думку, життя еліти, хоч би яким “замкненим” від інших верств суспільства воно було, не можна виокремлювати у цілком специфічний феномен. Для представників вищих верств характерні ті самі вияви життєдіяльності, що й для інших людей. Головна відмінність, з нашої точки зору, полягає у параметрах соціальної активності та соціальних можливостей, які, своєю чергою, визначають відповідний рівень та характерні риси стилів життя. Так, наприклад, високий рівень соціальної активності представників істеблішменту збільшує імовірність стресових ситуацій, що позначаються на стані здоров’я. Найвідомішим прикладом світової практики може слугувати постать Б.Єльцина, який у 1991 році мав для Заходу імідж “великого російського ведмеда”, але до 1999 року пережив кілька серйозних захворювань. В українському політичному житті, напевно, неможливо вести суто здоровий спосіб життя. Зняття стресових ситуацій часто здійснюють із застосуванням штучних релаксантів. Відомо, зокрема, що в середовищі політиків значним є сегмент курців (багато їх у фракції комуністів, палять також В.Пинзеник, О.Омельченко та інші), тоді як серед представників великого бізнесу в політиці (особливо серед олігархів) курців менше (Д.Жванія, Л.Черновецький). Крім того, в межах східнослов’янського менталітету й традицій вживання алкоголю часто не стільки є елементом стилю життя, що залежить від власного вибору, скільки необхідним (а подеколи і протокольним) атрибутом, що поліпшує можливості неофіційного спілкування у внутрішньоелітному середовищі. З цього приводу О.Омельченко в одному з інтерв’ю пригадав влучне спостереження М.Амосова: “Керівники мало відрізняються від алкоголіків: одні думають зранку, як би випити, інші — як би не напиться. Але і ті, і ті до ночі п’яні” [24]. Хоча, разом із цим, еліта

має найбільшi можливостi превентивно стежити за своїм здоров'ям у найліпших клініках, на курортах тощо. Отже, тут поєднуються обидва зазначені параметри: негативні наслідки високої соціальної активності вирішуються за рахунок високого рівня соціальних можливостей.

Утім, зауважимо, що в середовищі українських можновладців невинно зростає повага до здорового стилю життя. У своїх інтерв'ю багато хто з відомих політиків наголошував активну захопленість певним видом спорту. Найбільшу популярність серед українського істеблішменту, зі слів його представників, мають теніс, футбол, лижний спорт, дайвінг, більярд, шахи, важка та легка атлетика. Особливу нішу має стрілянина по мішенях. Дещо менше згадуються заняття боксом, кінним і автоспортом, гірським туризмом, східними двобоями. Є навіть поодинокі випадки захоплення екзотичними видами спорту, такими, наприклад, як кендзюцу (японське мистецтво володіння мечем).

Не менш характерними є вияви життєдіяльності еліти в царині відпочинку. Зовсім незначий сегмент істеблішменту віддає перевагу відпочинку в межах України. Це частіше характерно для тієї групи парламентаріїв, основним доходом яких є депутатська зарплата. У показниках, що пов'язані зі споживчими витратами, можна застосовувати поділ правлячої еліти на дві основні групи, відповідно до теорії М.Вебера [25, с. 645–650]. Першу, кількісно меншу, умовно можна назвати “політики”, до неї належать представники істеблішменту, які “живуть за рахунок політики” й використовують її як засіб для досягнення поставлених цілей. Друга, яка є зараз більшістю українського політикуму, представлена бізнес-сегментом парламенту та урядових структур. Її можна умовно назвати “бізнесмени”, що відповідає веберівській категорії політиків “за покликанням”. Причому саме цей тип політиків Вебер вважав характернішим для більш ранніх етапів історії людства, а також доводив становий характер його структури. Це положення органічно поєднується з теоретичним конструктом стану “нового дворянства”, про яке писав Є.Головаха [9]. Для дотримання повноти класифікації ми пропонуємо умовну когорту “політиків” поділяти на групи “професійних політиків” (ті, хто займається політикою як основною діяльністю вже принаймні кілька скликань Верховної Ради,

але при цьому не має стосунку до бізнесу) та “декоративних політиків” (представники неелітних верств, які не пов’язані з бізнесом і не займаються регулярно політичною діяльністю в парламентських фракціях), а когорту “бізнесменів” — на “олігархат” та “причетних до бізнесу” (пряму чи опосередковану належність до бізнес-структур). Звісно, чітко розподілити всіх представників правлячої еліти за цими підгрупами дуже важко, але на початковому рівні дослідження така теоретична модель може існувати. Можна простежити відмінності споживчих стандартів між умовними групами “політиків” і “бізнесменів”.

Отже, стосовно сфери відпочинку під час відпустки в депутатсько-міністерському середовищі існують різні соціальні можливості та, відповідно, деякі розбіжності у стилях життя. Ще за радянських часів в Україні була створена інфраструктура для відпочинку республіканської й союзної номенклатури, якою зараз користується сучасний український істеблшмент. Найвідомішими об’єктами цієї інфраструктури є санаторії “Дюльбер”, “Нижня Ореанда” та “Морський прибій” на південному узбережжі Криму, де відпочивають депутати теперішнього та минулих скликань, міністри та члени їхніх родин. Основними розвагами можновладців тут є плавання, катання на водному транспорті (скутерах, яхтах тощо), дайвінг, більярд, відвідування ялтинських ресторанів і концертного комплексу “Ювілейний”, де можна зустріти, зі слів О.Голуба, “чверть сесійної зали” [26]. Але головна функція, що її виконує державна інфраструктура відпочинку, полягає у формуванні та зміцненні неформальних взаємозв’язків у внутрішньоелітному середовищі. Адже тут відпочивають в однакових умовах рівні між собою міністри, депутати всіх фракцій та члени їхніх родин, а відтак формується однорідне соціальне середовище, майже відмежоване від контактів з іншими соціальними групами.

Для повноцінного відпочинку депутати отримують відпускні в розмірі двох окладів та гроші на оздоровлення, що у сумі становить близько 30 тис. грн (понад \$6000). Можливостями відпочинку й оздоровлення у відомчих пансіонатах користуються не тільки представники когорти “політиків”, серед яких є члени всіх фракцій, а й відомі “бізнесмени”. Не секрет, що бронюванням апартаментів у цих санаторіях не нехтують відомі бізнесмени брати

Буряки із фракції БЮТ, Н.Шуфрич, В.Медведчук, В.Пінчук, які, втім, бувають там дуже рідко. Але за матеріалами інтерв'ю можна простежити розмежування істеблішменту за стилями життя щодо відпочинку. Переважна більшість когорти “бізнесменів” реалізувала свої вподобання на курортах за межами України та СНД. Найбільш колоритно це може схарактеризувати вислів заступника голови держадміністрації м. Києва І.Кільчицької: “Я вже не сприймаю Київ як місце відпочинку. Розслабляюся тільки, коли сідаю в літак і розумію, що лечу в Європу. Оскільки моє фінансове становище дозволяє це робити досить часто, то на вихідні я дуже часто лечу звідси” [27]. Можна припустити, що аналогічні установки характерні для стилю життя багатьох “бізнесменів”. Буденною нормою буття в середовищі української правлячої еліти (навіть зовсім неолігархічного рівня) є можливості “поїздки вихідного дня” до Західної Європи на матчі відомих футбольних клубів (з такою метою відвідували Берлін Ю.Павленко, М.Лубківський, В.Кириленко), на святкування власного дня народження до Туреччини (О.Омельченко), на Сардинію (Л.Кучма) або на день народження друга до Лондона (О.Волков). Улюбленою формою проведення новорічних канікул є катання на гірськолижних курортах не стільки в Карпатах, скільки в Австрії чи Італії (Н.Королевська, С.Піскун, Д.Басс, Є.Червоненко). Потрібно зауважити: результати огляду щотижневої рубрики “Як відпочили?” в газеті “Коммерсант—Україна” впродовж 2006 року показали, що такий стиль відпочинку взагалі характерний для української буржуазії (принаймні загальноукраїнського та столичного рівня).

Щодо тривалішого відпочинку влітку, то, наприклад, Б.Колеснікову подобається Дубай (ОАЕ), М.Бродському — Італія, В.Хомутиннику — Хорватія та яхтовий круїз поблизу грецьких островів, С.Чмиру — Мальдіви, Д.Жванії — Домініканська республіка і Монте-Карло. Взагалі відпочинок у районі Лазурного узбережжя Середземного моря (Канни, мис Антіб, Монте-Карло) вважається найпрестижнішим серед мільйонерів колишнього СНД. Це місце відпочинку й українського олігархату — Р.Ахметова, В.Медведчука, Г.Суркіса, І.Коломойського, Є.Червоненка, О.Третьякова. Також великою шаною користуються дорогі сардинські курорти, де любляють відпочивати Л.Кучма та П.Порошенко.

Можна спостерігати цікаву тенденцію впливу: моделі стилю життя “бізнесменів” використовуються “політиками” з меншими соціальними можливостями. Наприклад, на елітних середземноморських курортах іноді з’являються українські політики (М.Поживанов, В.Шандра, П.Ігнатенко) та чиновники (голова СБУ І.Дрижчаний), які не є олігархами. Екзотичний відпочинок на кубинських пляжах чи у Вашингтонських пабах дозволяє собі депутат від фракції БЮТ А.Шевченко. У найдорожчих готелях острова Кріт полюбляє відпочивати міністр МВС та борець із корупцією Ю.Луценко. Подружжя Пискунів і Триндюків у захваті від хорватських курортів (Пула). І це тільки факти, що були зафіксовані ЗМІ. Отже, вищі елітні групи (“бізнесмени”) стають еталонною референтною групою для нижчих (“політики”). Звісно, орієнтування у стилях життя на “бізнесменів” характерне не для всіх “політиків”, але така тенденція для певної їх частки спостерігається. Причетність до кіл вищого істеблїшменту, доступ до неформальних зв’язків із його представниками вимагає дотримання норм його поведінки та його стилю життя.

Утім, навіть за високого рівня соціальних можливостей можна спостерігати збереження у багатьох “політиків” моделей масового стилю життя. Це риболовля (В.Сивкович), збирання грибів (Я.Кендзор), відвідування родичів у селах (М.Гапочка, О.Омельченко) та навіть “копання картоплі” (В.Семенюк), що загалом не є характерним для когорти “бізнесменів”. Також відомі випадки небажання відпочивати “серед своїх”, у середовищі істеблїшменту (Т.Чорновіл, Б.Тарасюк, А.Шкіль). Але це поодинокі відхилення від загальноприйнятих норм стилю життя правлячої еліти.

Отже, на цьому матеріалі можна впевнитися — стиль життя української правлячої еліти в сфері відпочинку відповідає стандартам буржуазії, але при цьому зберігає риси закритого стилю життя радянської номенклатури (можливо, за інерцією). У загальних рисах він має принаймні два основні рівні: 1) нижчий, характерний для “політиків”, які користуються переважно державною курортною інфраструктурою; 2) вищий, характерний для “бізнесменів”, які роблять свій вибір на користь значно дорожчих закордонних курортів. На обох цих умовних рівнях генеруються процеси “замикання” еліти винятково на своєму соціальному середовищі

шляхом формування й закріплення внутрішньоелітних зв'язків у мережі неформальних взаємин. Вищі за споживчими стандартами групи істеблшменту (“олігархат”) створюють престижні моделі стилю життя, які сприймаються нижчими групами (“причетними до бізнесу” та “політиками”). Як зазначалося вище, ця тенденція характерна не для всієї когорти “політиків”.

Ці висновки підтверджуються й при дослідженні споживчих стандартів життя правлячої еліти України. Ясна річ, вони набагато вищі за рівні життя інших верств населення України та об'ємніші за будь-які “споживчі кошики”. Це загальновідомі, демонстративні явища сучасного стану українського суспільства, які, однак, не можуть бути повноцінно досліджені за умов обмеженого доступу соціологів до даних Державного комітету статистики, Державної податкової адміністрації, Державного управління справами та інших установ. Але на даному етапі нашою метою є дослідження основних тенденцій формування стилів життя сучасної правлячої еліти України.

Стандарти споживання в житті вищої верстви українського суспільства поєднують риси буржуазного та номенклатурного стилів життя. Що стосується одвічного для нашої країни “квартирного питання”, то його розв'язання за державний рахунок (тобто за рахунок платників податків) парадоксально є варіантом-мінімум для представників еліти. Після чергових виборів до Верховної Ради України депутатам із регіонів виділяють квартири. До цього моменту безквартирних депутатів розміщують у найкращих київських готелях. Так, на час першої сесії 5-го скликання Верховної Ради України у травні 2006 року в готелі “Київ” (вартість номера за добу 380–420 грн на той момент) були розселені 146 депутатів. Отже, місячне проживання такої кількості законотворців коштує близько 2 млн грн. Але це тимчасові витрати.

Відповідно до Закону України “Про статус народного депутата” народному депутату “створюються належні житлові умови”. При цьому депутат може вибирати: можна отримати квартиру в постійне користування, яку він не буде зобов'язаний повертати навіть після завершення депутатських повноважень (відповідно до норм Житлового кодексу України). Площа квартири визначається за кількістю членів сім'ї депутата. Саме так було влаштовано 86 обранців

4-го скликання парламенту 2002–2006 років, у тому числі й Петра Юшенка. Депутат або посадовець також може отримати службове житло, яке після припинення депутатських повноважень слід повернути державі. Якщо квартиру, що залишається назавжди, надають у віддалених мікрорайонах, то службова має бути поблизу адміністративних будинків Верховної Ради. При цьому житло повинно мати меблі, телефон, побутову техніку й “відповідати санітарним і технічним вимогам”. Але, як відомо з класики, “квартирне питання” має властивість “псувати” тих, хто його вирішує. Цей сатиричний пасаж Булгакова дістає відображення й на прикладі українських можновладців. Так, депутат має право замість державної квартири отримати одноразово матеріальну допомогу для придбання житла в будь-якому місці. Гроші видаються з урахуванням кількості членів родини з розрахунку середньої ціни одного квадратного метра в Києві. У такий спосіб у 2002 році вчинили відомі українські олігархи брати Ярославські та інші депутати, які до обрання мали великий бізнес, — Олексій Івченко, Володимир Шандра, Олександр Фельдман, Ігор Насалик, Микола Лісін (загалом 138 народних обранців). Ринкова вартість житлової площі в Києві, яка вже перевищила рівень багатьох європейських столиць, дає змогу зробити потрібні розрахунки та виміряти розміри мінімального чи державного варіанта житлового стилю еліти. Єдине, що могло б утішати громадян, які фінансують цей стиль, це норма закону: ті депутати, які отримали квартиру чи грошову компенсацію, у разі повторного обрання не мають права на нове житло чи матеріальну допомогу. Отже, в державі існують норми, закріплені в законах, які зберігають та підтримують стиль життя правлячої еліти за дещо зміненими стандартами радянської номенклатури республіканського рівня.

Але це справді є мінімальним варіантом стилю життя правлячої еліти. Підстави так вважати надає порівняння з житлом, що його можновладці обирають і формують за власними смаками. Незважаючи на світову тенденцію проживання істеблішменту в приміських районах, стилем української правлячої еліти є придбання квартир в історичному центрі Києва (здебільшого це Печерський район), доступу до яких ЗМІ практично не мають, а також будинки у своєрідних “царських селах” по-українськи. Що стосу-

ється останніх, які журналісти називають не інакше як “маєтки”, то місця компактного проживання еліти відомі. За радянських часів номенклатура отримувала державні дачі в Пущі-Водиці, Кончі-Заспі, Кончі-Озерній та на Осокорках. Під час президентства Л.Кучми це було трансформовано в легальне існування заміських приватних маєтків еліти, які вимірюються у гектарах. Пізніше істеблішментом були освоєні села Нові Безрадичі (під Києвом) та Східниця (в Карпатах). Періодично виникали конфлікти через розподіл дачних ділянок під Києвом, у курортних зонах Закарпаття та південного узбережжя Криму. Можна навіть не зосереджувати детальної уваги на вартості житла (вона коливається, за оцінками ріелтерів, від \$2 млн дач В.Ющенка або Л.Кравчука до \$300-тисячного будинку О.Рибачука), дизайні інтер’єра чи наявності сучасного обладнання. Ми б хотіли звернути увагу на таке: за розмаїття можливостей та архітектурних смаків різних представників істеблішменту, які здебільшого належать до когорти “бізнесменів”, у їхньому житловому стилі є деякі спільні ознаки, що можуть непрямом характеризувати їхніх носіїв. По-перше, це прагнення самодостатності. Будівлі намагаються обладнати всією можливою інфраструктурою — від штучних заток, підземних гаражів до саун і більярдних кімнат. По-друге, це стилізація та прагнення естетики. Маєтки оформлюють і декорують у різноманітних архітектурних стилях. Найпопулярнішими є варіанти декору в грецькому, італійському, австрійському стилях та а-ля “український фольклор”. Наявність водяних млинів, вітряків, скульптур, каплиць, фонтанів тощо довершує композицію екстер’єрів. При цьому еліту з її “витонченими” смаками жодним чином не засмучує сусідство їхніх “високоестетичних” палаців із домівками місцевих жителів цих сіл. По-третє, це закритість. Наявність високого глухого паркану, охорони й тонованих вікон є набором якщо не обов’язкових, то бажаних елементів житла правлячої еліти України. Зауважимо, що ці стильові характеристики житла властиві не тільки центральній правлячій еліті, а й регіональним можновладцям (незалежно від області) [28].

Але загалом і для мінімального (когорта “політиків”), і для поширеного (когорта “бізнесменів”) житлових стилів еліти характерне компактне проживання у своєму соціальному середовищі.

Причому воно вже поділяється не за політичними поглядами чи вздовж вісі “влада—опозиція”, а лише за наявними соціальними можливостями. Еліта розташовується в просторі “серед своїх” не тільки в умовах, які надані ззовні й від неї не залежать (державні квартири та дачі), а й в умовах вільного вибору в межах своїх соціальних можливостей, що, звісно, характеризує їхній стиль життя.

Стиль життя еліти виявляється й в інших споживчих стандартах: користування одягом, аксесуарами, автомобілями. Якщо в середовищі представників чоловічої статі, які становлять переважну більшість істеблїшменту, можна доволі чітко виокремити найхарактерніші риси стилю споживання, то з жінками це складніше. Так, для чоловічого сегмента парламенту й установ виконавчої влади характерний дорогий, але стриманий та одноманітний стиль. Своєрідною “уніформою” слугують статусні речі всесвітньо відомих брендів Brioni, Zilli, Hugo Boss, вартість яких не менша за \$3–5 тис., рідше зустрічаються носії одягу брендів Paul and Shark, Canali, Slap. Це явище чудово характеризує відомі вислови С.Терьохіна: “Я не настільки багатий, щоб купувати одяг в Україні” [29] та В.Щербаня: “Якщо в 1994 році я купував краватки у Беверлі Хілз, то я і зараз їх там купую” [30]. Думаємо, що вони додаткових коментарів не потребують. Утім, можна зазначити, що різні марки одягу призначені для різного цільового використання. З цього приводу в парламентському середовищі з’явилося майже фольклорне прислів’я: “Що для округу — “Воронін”, то для сесії — Бріоні”. Звісно, час від часу журналісти помічають певні порушення етикету в одязі народних обранців, що свідчить про надмірну екстраординарність (костюми Д.Жванії, Р.Сафіуліна, краватка Л.Танюка), епатажність (вишиванки під італійськими костюмами А.Шкіля та В.Червонія) або просто відсутність смаку (сорочка з коротким рукавом під піджаком у П.Порошенка, “гангстерський” костюм (світлий у тонку темну смужку) у В.Грицака). Але це є радше нетиповим відхиленням на тлі стандартних костюмів і краваток.

Більша увага приділяється аксесуарам. Окрім традиційних обручок, на представниках вищої верстви іноді можна побачити золоті ланцюжки (батько та син Януковичі, В.Яворівський, Е.Прут-

нік, В.Корж), браслети (С.Піскун), запонки (Р.Зварич, Б.Колесников, В.Литвин та інші) та пера (В.Ющенко). Але для еліти головним аксесуаром, який підкреслює її статус, є годинники. Саме їхня цінова вартість досить чітко ієрархізує елітне середовище на різні за соціальними можливостями групи. Так, Р.Ахметов символічно продемонстрував свою ієрархічну першість серед олігархічного середовища, коли вдягнув годинник “Vacheron Constantine” вартістю півмільйона доларів. Саме цей швейцарський бренд став культовим аксесуаром серед українського істеблішменту. Не меншою популярністю користуються марки “Breguet” (В.Щербань), “Bovet” (Б.Колесников), “Audemars Piguet” (В.Хомутинник), які приваблюють більшість, але доступні лише дуже забезпеченим особам. На цьому тлі непомітними стають звичайні аксесуари, які, таким чином, втрачають символічне навантаження в елітному соціальному середовищі. Якщо в очах громадськості, наприклад, годинник екс-прем'єра Ю.Єханурова вартістю \$4 тис. виконує значення символа, який підкреслює його причетність до вищої верстви суспільства, то в елітному середовищі він є буденним елементом, що не має особливого престижу.

Особливої уваги заслуговують автомобілі сучасних українських можновладців. Престижні автомобілі світових брендів, якими користуються українські посадовці вищого рангу, неодноразово викликали публічні скандали й дискусії у ЗМІ. Вони пов'язані з іменами О.Івченка, М.Рудьковського, Ю.Тимошенко, Л.Черновецького, І.Кільчицької та багатьох інших колишніх і теперішніх державних посадовців. Ось який висновок з цього приводу зробили журналісти сайту “ТаблоїД”: “Варто визнати, що любов до представницьких авто об'єднує як антикризову коаліцію, так і фракції опозиції. А їздити на машині вартістю менше 100 тисяч доларів взагалі вважається “лоховством” [31]. Але, знову мусимо зауважити, на тлі “Майбахів”, “Бентлі”, “Порше”, “Ягуарів” та новітніх марок “Мерседес” і BMW, вартість яких обчислюється сотнями тисяч доларів, випадають з поля зору ЗМІ та громадськості (а отже, і дослідника) засоби пересування інших представників еліти. Аналіз опублікованих податкових декларацій міністрів різних складів уряду (від 2002 до 2006 років) дав підстави для певних узагальнених висновків. Для переважної маси сучасної вищої верстви українсь-

кого суспільства характерне володіння іноземними марками авто. Лідером міністерських уподобань стала «Тойота». Популярністю користуються «Сузукі», «Міцубіші», «Ауді», «Крайслер». Зафіксовані також поодинокі випадки користування марками «Сеат», «Хонда», «Шкода», «Мазда», «Лендровер». Звичайним явищем у депутатсько-міністерському середовищі є володіння кількома одиницями транспорту одночасно. Кількісним рекордсменом став О.Зінченко (4 авто — «Мерседес», «Мазда», 2 «Субару»), а якісним — П.Ігнатенко («Лексус», «Ягуар», «Лінкольн»). Іноді в деклараціях зафіксовані факти володіння автомобілями, виробленими в межах СНД, але це радше інерційні залишки “колишнього життя” можновладців, ніж їхній свідомий вибір на цей час.

Як можна впевнитися, навіть в середовищі чоловічого сегмента правлячої еліти існують моделі надзвичайно високих рівнів споживання. Але цей феномен може бути двостороннім. Володіння високостатусними речами задля увиразнення свого місця в ієрархії є типовим виявом демонстративного споживання за концепцією Т.Веблена. Але згодом фетиш може опанувати свого носія і впливати на нього, його світосприйняття та його поведінку. У цьому сенсі слушною є фраза з інтерв'ю представника автоконцерну «Бентлі» в Україні: “...українці виїжджають за кордон, дивляться, як там живуть люди, ознайомлюються з їхніми традиціями. Я не скажу, що це вже на 100% нова аристократія, її становлення тільки йде. Але такі продукти, як Bentley, роблять внесок в естетичне виховання українців. Ці машини зобов'язують поводитися належним чином” [32]. Звісно, цю думку щодо “естетичного виховання” слід сприймати критично, і під “українцями” треба розуміти дуже обмежену групу людей. Але щодо появи нової аристократії та виховання в неї ставлення до інших членів суспільства за допомогою малодоступних і високостатусних “фетишів” він має рацію. Звичайно, ця тенденція не може бути універсальною для всіх представників еліти. Ми вважаємо, що вона має флуктуаційний характер: набуває більших масштабів у періоди зміни еліти, коли володарями престижних аксесуарів стають колишні представники неелітних верств. Як зазначає В.Льїн, це найбільшою мірою характерне для періодів первинного нагромадження капіталів, коли виникає верства нуворишів — нових багатіїв (*nouveau riches*) [8,

с. 107]. Але подальша інституціоналізація вищих верств перетворює престижні фетиші на звичні повсякденні елементи стилю життя, які вже не справляють суттєвого впливу на своїх носіїв. Утім, сучасна правляча еліта України формується за умов цінностей надспоживання, стандарти якого один із представників цього соціального середовища Д.Святаш схарактеризував як “кітч”. Ясна річ, це не є універсальною формулою, але такі явища в середовищі істеблішменту трапляються.

Якщо серед чоловіків превалюють стандарти “кітчу” (від грецького *Kitsh* — відсутність смаку. Продукт творчості, що претендує на художню цінність, але не має її; характеризується поверховістю, сентиментальністю, солодкуватістю й прагненням посилити ефект), то в жіночому сегменті це набуває гіпертрофованих форм і переростає в “гламур” (від англійського *glamour* — “чари”, “зачарування”. Оцінне поняття, що означає близькість до загальноприйнятих стандартів “розкоші”, “шикарного”, зовні “блискучого”). Саме в цьому контексті здійснив цікаві спостереження Д.Видрін — колишній політолог, який був депутатом у парламентській фракції блоку Ю.Тимошенко. У своїй публіцистичній статті “Жінки, гламур і політика” [33] він ототожнив гламур з політикою, оскільки перше поняття означає перебільшене споживання, а друге — перебільшені обіцянки. Причому тотожність цих теоретичних понять за українських реалій найліпше розуміють саме жінки-політики, оскільки “бути справжнім політиком, тобто органічно, природно, а головне — пафосно обіцяти, може тільки той, хто вміє органічно, природно, а головне — пафосно споживати”. З цією думкою можна погодитися. Справді, жінки становлять відносно невеликий сегмент вищих владних кіл, але мають особливість частіше й гучніше заявляти про себе громадськості, бути помітнішими для ЗМІ. Ця “помітність” фіксується не тільки й не стільки в політичній та економічній діяльності жінок-політиків, скільки у виявах їхньої життєдіяльності. Крім того, жінки більш схильні давати великі інтерв’ю ЗМІ, охочіше беруть участь у фотосесіях для журналів, що, можливо, деякою мірою компенсує їхні недостатньо реалізовані потреби у власному PR. Скажімо, заступник мера Києва І.Кільчицька лише впродовж 2006 року дала щонайменше 6 роз-

горнутих інтерв'ю відомим газетам і часописам, причому жодне з цих інтерв'ю не стосувалося її посадових обов'язків перед міською громадою (охорона здоров'я, медичне забезпечення, питання торгівлі й побуту, соціальний захист населення, управління у справах жінок, інвалідів, ветеранів війни та праці, ритуальні послуги, захист населення від наслідків аварії на Чорнобильській АЕС, захист прав споживачів, управління праці та зайнятості — дані отримано з офіційного сайту КМДА). Стиль життя жінок-політиків більше нагадує стильові практики “зірок” естради або великого подіуму, ніж представників партій чи фракцій у класичному розумінні.

Так, навряд чи вдасться пригадати випадки, щоби для жінок-політиків Бундестагу або Конгресу США було характерне позиціювання себе як стильних і яскравих представниць прекрасної статі, бо в цих суспільствах таке позиціювання призначене радше для інших сфер публічної діяльності, а зовсім не в політиці чи в державному управлінні. В середовищі нинішнього українського політикуму ми можемо спостерігати зворотні тенденції. Важливим елементом стилю життя українських жінок-політиків на сучасному етапі формування правлячої еліти є свідоме увиразнення “гендерної” належності з усім комплексом потрібних для цього символів. Саркастично, але вдало схарактеризував цю ситуацію Д.Видрін: “Споглядаючи в українському парламенті вигадливі рюші, напівпрозорі гіпюрові блузочки, приголомшливі аксесуари, а іноді й просто пікантні жіночі шортики, ...виникає відчуття чи то балу, чи то світської вечірки, чи то кастингу, а подеколи й того ж таки “модного троєщинського ринку”, на який принесли для продажу “усе, що маємо” [33].

Гучного громадського резонансу набули повідомлення у ЗМІ про користування Ю.Тимошенко (прем'єр-міністром на той час) одягом під відомим французьким брендом “Луї Віттон”. Вартість речей, що були зафіксовані кореспондентами на публічних заходах голови уряду, сягала \$31600. При цьому Ю.Тимошенко задекларувала річні доходи у сумі, що була еквівалентна \$12400 [34]. Це, з нашої точки зору, був свого роду піковий момент, з якого буржуазний, відверто споживацький стиль життя правлячої еліти набуває легітимації в очах неелітних верств. Суспільство змушене було змиритися з різючими контрастами, а еліта надалі вже не приховувала свого рівня споживання та справжнього стилю життя, адже

це стало нормальним і звичним явищем. Громадськості лишилося тільки спостерігати за життям еліти як за персонажами чергового телесеріалу. А правляча еліта тим часом робила все, щоби не позбавити видовищ своїх виборців і платників податків.

“Луї Віттон”, за визначенням журналістів, став своєрідним “партійним трендом” Блоку Ю.Тимошенко. Окрім лідерки блоку й законодавиці парламентської моди, одягу цієї марки не зраджує депутат Н.Королевська. Надмірне використання соціальних можливостей та підтримка престижу правлячої еліти України спостерігається в усіх фракціях парламенту. За результатами журналістських спостережень, титул “брендоносець року” здобула Р.Богатирьова, яка в стінах вищого законодавчого органу держави продемонструвала велику кількість одягу найвідоміших брендів світу — “Шанель”, “Діор”, “Гуччі”, “Дольче-Габбана”, “Луї Віттон” та ін. Не менш відомою громадськості в стилі надспоживання є заступниця мера Києва І.Кільчицька, яка із задоволенням розповідає журналістам про свою гардеробну кімнату 10 на 15 метрів та 200 пар найкращого взуття. Складається враження про наявність у середовищі жінок-політиків свого роду конкурентної боротьби за можливість бути першою в демонстративному споживанні й епатантності. Намагання підкреслити вроду й жіночність іноді набуває гротескних форм. Засідання парламенту та інші офіційні події нерідко тривають на тлі контрастів яскравих кольорів жіночого вбрання, що надає роботі органів державної влади іміджу світських заходів. Мабуть, така тенденція надмірного споживання характерна для аристократично-елітних верств будь-яких суспільств. Вінстон Черчилль висміював її навіть в інституціоналізованому англійському суспільстві з його доволі стриманими традиціями (відомий його саркастичний вислів: “Потрібно вдягти побільше діамантів, бо інакше всі подумують, що в мене погано йдуть справи”). Але за українських реалій поєднання гламуру нової псевдоаристократії з ціннісними установками її “материнських” (базових) соціальних груп виглядає надто еkleктично.

Використання різноманітних престижних, але занадто помітних аксесуарів, невідповідних костюмів, суконь, взуття засвідчує, що стиль одягу жінок-політиків (який значною мірою характеризує їхній стиль життя) ще перебуває в “кількісній” фазі, яка відповідає характеру нуворішів, нової еліти періоду первинного нагро-

мадження капіталу. Утім, і в цьому “гламурному” розмаїтті можна побачити тенденції впливу вищих груп еліти (“бізнесменів”) на нижчі (“політиків”), де перші формують стандарти споживання, стають еталонною референтною групою для інших. Наприклад, стандарти використання статусних аксесуарів, характерних для буржуазії, помітні і серед жінок-депутатів лівих фракцій парламенту. Крім того, тут можуть діяти загальні механізми соціального відчуження, “замикання” еліти від інших верств суспільства, яким не можуть протистояти навіть політики лівої ідеологічної платформи. Ці тенденції, що їх ми вже неодноразово відзначали, набувають ще більших масштабів у середовищі “золотої молоді” — дітей сучасної правлячої еліти України.

*Діти українських можновладців —
нова генерація панівної еліти*

У назві цього підрозділу нами було застосовано термін “панівна еліта” не випадково і не помилково. Наступні покоління сучасної владної еліти фактично виконуватимуть функцію (свого роду внутрішньогрупову місію) закріплення, інституціоналізації своєї соціальної верстви, підтримання її вищого, умовно елітного стану та поглиблення його легітимації в українському суспільстві. Не має особливого значення, будуть представлені спадкоємці сучасних VIP у владних структурах чи ні. Головне, що “золота молодь” вже є когортою, якій забезпечене просування на найвищі позиції у головних сферах соціального життя та на керівні посади у найважливіших соціальних інститутах. Фактично з активним виходом на соціальну арену нової генерації еліти розпочнеться процес її перетворення з “владної” на “панівну” варіацію, яка має значно ширший, всеосяжний характер. Саме представники цієї когорти еліти формуватимуть та коригуватимуть не тільки економічну та політичну структуру суспільства, а й громадську думку, культуру, окремі грані соціальної психології мас.

Сучасні можновладці, по суті, є маргіальною елітою, бо вони перебувають у процесі переходу з одного стану (партійно-номенклатурного, директорату, криміналітету тощо) до іншого (буржуазія, владна еліта). Навряд чи їх можна вважати повноцінними “господарями цього життя”, оскільки вони ще чудово пам’ятають свій попе-

редій соціальний статус, усвідомлюють коріння й механізми свого “ліфтування” на елітні позиції. Вони тягнуть за собою культурні моделі та ціннісні установки тієї “материнської” групи (під цим ми розуміємо соціальну верству та регіональну спільноту), з якої вони пішли. За всією зверхністю, пихатістю та снобізмом представників сучасної владної еліти проглядає велика невпевненість у своєму стані, а також елементи субкультур тих соціальних груп, з яких вони походять. Власно, ці недоліки мають виправити їхні діти як спадкоємці елітного стану. Причому, що важливо, цей статус буде сприйматися ними не як досягнутий, а як аскриптивний, а всі елементи елітного стилю життя — як цілком природні норми. (“Ім не довелося підійматися вгору, вони там уже народилися” [35].) У цьому полягатиме процес об’єктивації, за Бергером та Лукманом: формула “ми так робимо” буде замінена на “так це робиться” [36]. Звісно, це роздуми й припущення з площини відчуттів самооцінки, самоідентифікації різних вікових когорт української еліти. Але, з нашої точки зору, ці зауваження допомагають зрозуміти логіку поведінки різних сегментів еліти та моделювати їхню подальшу еволюцію.

На всьому пострадянському просторі (окрім Прибалтики — щодо цих республік ми інформації не маємо) становище дітей сучасних правлячих еліт досить чітко визначене. В суспільних ієрархіях вони посідають позицію “золотої молоді”. Ця позиція досить розмита залежно від традицій політичної культури конкретної республіки: від успадкування “престолу” й відвертих “міждинастичних” шлюбів у Середній Азії до “синів богів” у лавах топ-менеджменту й “дітей за парканами” у східнослов’янських країнах.

Найяскравішим прикладом є успадкування поста президента Азербайджану Алієвим II (Ільхамом). Відомим бізнесменом та політичним лідером Казахстану, що має вагомні шанси в майбутній боротьбі за вищу посаду в республіці, є старша донька Нурсултана Назарбаєва Дарига. Молодша донька Назарбаєва Алія була одружена з Айдаром Акаєвим, сином президента Киргизстану. Дипломатичну (заступником посла в дипмісії в Москві) та бізнескар’єру робить “президентська донька” Гульнара Каримова [37]. За життя Туркменбаші найімовірнішим спадкоємцем називали його сина Мурада, який відповідав за укладання угод із міжнародни-

ми партнерами по туркменському газу та поставки тютюнової й алкогольної продукції до Туркменістану. Дев'ятеро дітей президента Таджикистану Емомалі Рахмонова теж “влаштовані” в житті: бізнес, вигідні шлюби, навчання у США та президентському ліцеї в Душанбе.

У східнослов'янських республіках діти еліти більш віддалені від політики. Сини О.Лукашенка не мають жодного стосунку до політики: один, після нетривалої роботи в дипкорпусі, працює в інституті військових розроблень, другий служить у прикордонних військах. Донька Б.Єльцина Тетяна Дяченко хоча і не входила до “реєстру” владної еліти, суттєво впливала на російську політику. Життя доньок В.Путіна перебуває під інформаційною завісою, хоча вони й здобувають освіту не за кордоном, а в Санкт-Петербурзькому університеті. Сини прем'єр-міністра М.Фрадкова, віцепрем'єра С.Іванова, голови ФСБ М.Патрушева закінчили Академію ФСБ та ввійшли до складу топ-менеджменту найпотужніших російських компаній, які щільно пов'язані з державою. Там працює і син губернатора В.Матвієнко [38].

Цей огляд доволі поверховий через брак детальнішої інформації. Але й він відображає моделі політичної культури тих чи тих суспільств на пострадянському просторі. Ці моделі вможливають або, навпаки, обмежують вияви поведінки дітей можновладців. Що вважається нормальним у східних деспотіях Центральної Азії, те сприймається як “моветон” у Росії з її монархічно-дворянськими традиціями. Як можна бачити, для авторитарних Росії та Білорусі характерним є залучення дітей до силових та бізнес-структур.

Що ототожнює “золоту молодь” східнослов'янських та центральноазійських республік, так це протекціонізм з боку батьків і, відповідно, певний рівень захищеності від нагляду ЗМІ й переслідувань закону. Під час пошуку інформації ми не знайшли жодного повідомлення про притягнення до кримінальної відповідальності представників “золотої молоді” цих республік, що загалом є характерною ознакою країн із диктаторськими режимами чи суспільств із відносно низьким рівнем демократії. Молоді люди, які відчайдушно порушують закони й “пускають на вітер” мільйони доларів, зазвичай є дітьми керманічів країн Африки

або Латинської Америки. Так, у Парижі своїми протизаконними вчинками “відзначився” син президента Лівії Муамара Каддафі Ганнібал. Від французької поліції його захистив дипломатичний статус [39]. Репутацію відомих “марнотратників життя” заробили сини лідерів Куби та Іранської компартії. Донька аргентинського экс-президента Карлоса за кілька днів відпочинку на уругвайському курорті витратила \$100 тис. [40].

Разом із тим відомими є судові вироки та громадське засудження аморальних дій дітей істеблішменту Західної Європи та США. За пияцтво, вживання легких наркотиків, перебільшення швидкості до судової відповідальності притягалися Джордж Буш-молодший, а роки потому і його доньки Дженна і Барбара, а також Альберт Гор III. За несплату податків був засуджений Жан-Крістоф Міттеран. Незаконне перебільшення обсягів фінансування передвиборчої кампанії Аріеля Шарона коштувало його синові Омрі звинувачення за 9 статтями Кримінального кодексу, внаслідок чого він перебував 9 місяців в ув'язненні й сплатив штраф у розмірі в 300 тис. шекелів. (Нагадаємо, що таке саме порушення закону коштувало політичної кар'єри канцлерові Німеччини Г.Колю.) За причетність до спроби здійснення урядового перевороту в Екваторіальній Гвінеї Марк Тетчер не тільки був кримінально покараний за вироком суду, а й мусив залишити Британські острови під тиском засудження громадськості. Причому газета “Daily Mirror” відверто застерігала прем'єр-міністра Маргарет Тетчер від спокуси скористатися державними ресурсами для захисту свого сина. Це лише кілька прикладів, але вони навдивовижу точно окреслюють модель взаємовідносин еліти та неелітних верств у західних суспільствах. Вони, першою чергою, мають під собою правове підґрунтя і прозорість дій. Це лаконічно, але чітко відображено у вислові доньки Рональда Рейгана Петі Девіс у її відкритому листі до доньок Буша-молодшого: “Ви — нерухома мішень, і немає такого вимикача, що дозволив би вимкнути спрямований на вас прожектор, доки не буде обраний новий президент” [39].

У сучасній Україні формується проміжний варіант між напівзакритою та прозорою моделлю взаємин суспільства та еліти. Останнім часом ЗМІ більш активно почали доводити до відома громадськості подробиці з життя правлячої еліти, що свідчить про

поширення свободи слова в країні та суспільстві. На зразок західних суспільств під прицілом журналістських об'єктивів опинилися й діти правлячої еліти. Пошук матеріалів для даної монографії дав нам змогу оперувати достатньою кількістю інформації щодо “золотої молоді”. Звісно, ми не можемо претендувати на всебічність висвітлення проблеми, але це допоможе окреслити основні вектори подальшого формування вже нової генерації правлячої еліти.

Як і на Заході, з уже усталеною елітною верствою, в Україні формується система відносно закритої системи формування майбутніх представників вищої верстви суспільства, передусім через систему освіти та виховання. Причому вона є закритою вельми умовно: не реальними бар'єрами доступу, а соціальними фільтрами. Відбувається становлення аналогів західних “фабрик джентльменів”, де діти готуються до свого вищого статусу в суспільстві у “своєму колі”. До цих соціальних фільтрів можна віднести передусім високий рівень оплати за навчання (що обмежує доступ до таких закладів дітей з неелітних верств суспільства), наявність “неофеодального” оточення (водія, охорони, няні), згодом починають використовуватися елементи, що підкреслюють статус. Без цього навіть дуже обдарована дитина не зможе посісти повноцінного місця і бути “на рівних” зі своїми більш статусними ровесниками. Як гостро зазначили журналісти: “філософський вислів “золоте дитинство” дедалі частіше набуває матеріальних ознак” [41].

Певного резонансу набула оприлюднена інформація про Міжнародну Печерську школу в Києві, де навчаються діти президента В.Ющенка. Вартість навчання в цій школі з “європейськими стандартами” становить \$12 тис. на рік. До цієї суми не входять підручники та їжа з французького ресторану, яку привозять дітям [42]. Вступ учня до ліцею “Гранд” коштуватиме його батькам 1000 євро. А навчання на рік, за даними самого ліцею, сягає 7800 євро [43]. Столична Олександрійська гімназія отримує за кожного учня 450 умовних одиниць щомісяця [44]. Вартість одного місяця навчання в донецькій школі “Альтаір”, де навчатиметься онук В.Януковича, становить 1200 гривень [45]. Багато інших елітних шкіл не можуть дати більш-менш чіткої відповіді на запитання щодо оплати навчання. Але часто-густо оплатні механізми приховуються за формулюваннями “пожертвування”, “збори на шкільні потреби”, “благо-

дійництво” тощо. Однак навіть такий невеликий зріз унаочнює, що діти елітних шкіл завдяки матеріальним фільтрам навчатимуться у своєму соціальному середовищі, або у “своєму колі”. З повідомлень преси можна побачити, що істеблiшмент намагається влаштувати своїх дітей досить компактно — в одні й ті самі школи. У столиці відомим попитом серед еліти користуються, крім названих вище, ліцей “Консул” (дві доньки та син П.Порошенка), українсько-британська школа (онук Л.Кучми), Кловський ліцей (син депутата від БЮТ Н.Королевської), ліцей міжнародних відносин (донька О.Івченка). Всі ці школи мають спільну рису — поглиблене вивчення іноземних мов та спрямованість на міжнародні відносини, що є важливим критерієм для батьків майбутньої панівної еліти України.

Щодо елітних шкіл та їхніх вихованців поширені два полярні стереотипи. Перший: діти еліти заздалегідь розбещені багатими батьками й елітними школами, де вони не здобувають освіту, а “купають престижний атестат”. Протилежним чином виглядає перебільшена ідилізація елітних навчальних закладів: надкоректне ставлення вчителів до учнів, вивчення чималої кількості корисних для дитини предметів, що не входять до стандартної шкільної програми, автоматичне відкриття дверей престижних ВНЗ й створення передумов блискучої кар’єри.

Обидва ці стереотипи далекі від істини. Представники істеблiшменту прагматичні люди: дитина є свого роду стратегічним капіталом, в який вкладають гроші. Навряд чи сучасні можновладці витрачають кошти на гімназії тільки через підкреслення свого престижу, як у казино чи на курорті, оскільки тут ідеться про те, що матиме відлуння в майбутньому. І сучасні елітні школи формують (чи, принаймні, намагаються) вже людей нового зразка, різнобічно розвинених особистостей. Учні здобувають універсальну освіту, вміння формувати й висловлювати власну точку зору, їм “прищеплюється” лідерство та манери поведінки у вищому соціальному середовищі (“світськість”), відточується розум, гартується дух. Вони навчаються розмовляти кількома мовами, логічно мислити й раціонально розпоряджатися ресурсами, добре танцювати й грати в шахи, змагатися в тенісі, кінному та водному видах спорту. Все це дещо нагадує давньогрецьку систему освіти. Тобто високі

соціальні можливості представників еліти надають їхнім дітям можливість здобуття освіти й соціалізації значно вищого рівня, ніж дітям із неелітного середовища. І, треба визнати, еліта доволі швидко вчиться користуватися цими перевагами, що, врешті-решт, і має забезпечити їй панівне становище в суспільстві. Великою перевагою елітних шкіл є надання учню свободи, коли він входить у соціальний світ не обмеженою шаблонами (“можна — не можна”) чи стереотипами (“слово вчителя завжди є істиною”) особою, а людиною, яка здатна вільно мислити. Можливо, саме в цьому полягає один із головних принципів правлячої еліти: “Не знати, а віти”.

Але не слід думати, що діти еліти позбавлені проблем і не мають клопоту, окрім підготовки себе до майбутньої кар’єри та розваг. Як сам істеблішмент з усім набором своїх соціальних можливостей не може позбавитися звичайних загальнолюдських проблем (про що ми вже говорили), так і їхні діти стикаються із різними труднощами. Діти сучасних можновладців на пострадянському просторі дістали назву “дітей за парканами”, оскільки батьки, піклуючись про їхню безпеку, фактично ізолюють їх від реального соціального світу. Відома дослідниця російських еліт так прокоментувала це соціальне явище: “Це діти супербагатих людей, які ростуть за високими парканами..., вони не здатні адаптуватися в реальному світі з його проблемами”. Її підтримав професор психології МДУ К.Сурнов: “Є в’язниці, де людей б’ють і погано годують, але існують також в’язниці розкоші, де люди дуріють, і де їхня самооцінка стає неадекватною. Життя за парканом створює обмежену особистість” [46].

Елітна освіта попри всі її переваги й рівень престижу має суттєві недоліки. Перше. Перехід на американські стандарти освіти та виховання з вільним вибором учнем дисциплін позбавляють дорогі ліцеї та гімназії системності у формуванні особистості, яка застосовувалася радянською педагогічною школою. Зараз елітні школи вдаються до двох основних крайнощів: або намагаються дати все й у великій кількості, або переходять на “рейки” спеціалізації, глибоко вивчаючи лише окремі “потрібні” предмети. Логічно, що ані перше, ані друге не надає випускникам таких закладів додаткових “бонусів” при складанні вступних

іспитів до ВНЗ. Так, за результатами вступу до харківських ВНЗ найбільш конкурентоспроможними абітурієнтами та студентами стали випускники не елітних, а державних спеціалізованих шкіл із традиційною системою освіти [47]. Отже, елітні школи не є панацеєю для розв'язання всіх проблем, пов'язаних із формуванням справжньої еліти.

Друге: намагаючись відпрацювати отримані від батьків кошти, педагогічний загал елітних шкіл часто-густо намагається дати дитині “все й одразу”, що може призвести до перенавантажень. Колектив російських психологів на чолі з А.Холмогоровою досліджував психо-емоційний стан учнів елітних шкіл. Виявилось, що у 52% гімназистів рівень загальної депресії “вище за середній” або становить “групу ризику” (серед звичайних школярів — 23%); напади негативного настрою трапляються у 32% (у звичайній школі — 17%); прояви ангедонії (втрати інтересу до задовольень і насолод) відзначені у 35% елітних школярів і у 27% звичайних. Дослідники дійшли висновку: “Школи з ускладненою програмою, даючи багато знань, умінь, навичок, можуть створювати несприятливу ситуацію для емоційного розвитку дитини, формувати депресивну й тривожну симптоматику у дітей і підлітків, вести до недорозвинення соціальних навичок” [48]. Майже таких само результатів і висновків дійшов завідувач кафедри Українського НДІ соціальної, судової психіатрії та наркології І.Марценковський, який досліджував психічний стан учнів елітних навчальних закладів у Києві. Кількість дітей із серйозними психічними захворюваннями (аутизм, легка розумова відсталість, біполярний афективний розлад і навіть шизофренія й важка депресія) у деяких дорогих школах міста перевищувала популяційні показники [48]. Іноді за престиж доводиться платити надто високу ціну: проблеми із самооцінкою та в міжособистісних взаєминах, вияви симптомів тривожності (“шкільна тривожність”, “магічна тривожність”), низький рівень адаптивності, дезорієнтація у соціальному просторі. Загальна атмосфера таких шкіл спрямована на формування прагнення успішності, але може породжувати страхи щодо неуспішності. Навички прагнення, завишені вимоги далеко не завжди поєднуються з умінням методично досягати того, чого прагнеш.

Стиль життя самої правлячої еліти передбачає значно вищий відсоток імовірності стресів і психологічних перенавантажень. І

батьки, часто уявляючи свою модель життя як ідеальну, незрідка проєктують її на своїх дітей, котрі мають продовжити їхню справу. Відтак, діти еліти часто від самого дитинства приречені на стиль життя в ритмі втечі від стресів і психологічних проблем. Але у представників правлячої еліти України не було однієї надзвичайно важливої психологічної проблеми, яка є тепер у їхніх дітей. Ідеться про розлад материнсько-дитячої прив'язаності та проблеми у взаєминах із батьками. По-перше, дитина відомих батьків із раннього дитинства приречена бути відірваною від матері, контакт з якою мінімізується й замінюється оточенням з нянь, гувернанток, прислуги, охорони. Таким чином, порушується природний психо-емоційний зв'язок дитини з матір'ю, що дається взнаки на фізіологічному стані: порушення обміну кортизолу, що відповідає за баланс тривожності, зумовлює депресії. По-друге, небезпеку для майбутньої соціальної особистості становлять дві найпоширеніші моделі взаємин із батьками. Перша: завищені вимоги успішних батьків до своїх дітей, намагання перших утиснути своїх нащадків у "рамки" свого життя зі всіма належними до цього стереотипами. За умов постійної домінації батьків дитина росте апатичною до зовнішніх викликів, із фаталістичним ставленням до життя та низьким рівнем адаптації до нових соціальних умов. Прикладом цього можуть слугувати історичні постаті царя Федора Іоановича, російських імператорів Петра III, Павла I, Миколи II, сина Й.Сталіна Василя Джугашвілі, Дж. Буша-молодшого. Протилежною моделлю може бути вседозволеність, відсутність жодних обмежень, що зрештою може призвести до безконтрольної розпусти й деморалізації особистості. Результатів такого виховання сила-силенна у світовій історії та сучасності: Калігула, Нерон, Іван Грозний. Отже, порушення природного взаємозв'язку матері та дитини в поєднанні з будь-якою із цих моделей виховання може зумовлювати формування або кволої, фактично соціально неідеальної особистості з великим комплексом меншовартості, або, навпаки – цинічного, аморального егоїста, схильного до деспотизму. У поєднанні з високим рівнем соціальних можливостей і перший, і другий типи можуть бути потенційно соціально небезпечними в разі виконання ними керівних функцій у будь-яких соціальних інститутах. Звісно, цей огляд не може претендувати на всебічність

розгляду проблеми: між цими полярними типами існує чимало проміжних. Однак цей соціально-психологічний фрагмент увиразнює головні ризики формування нової генерації панівної еліти України.

Наступним етапом соціалізації нової генерації еліти є навчання у вищому навчальному закладі. Ми не маємо точних статистичних даних, але навряд чи помилимося, якщо припустимо, що всі без винятку діти сучасного українського істеблішменту здобули чи здобувають вищу освіту. Але цей процес не обмежується лише набуттям знань чи отриманням диплома. Важливо здобути престижну й високоякісну освіту. Причому не так у царині відповідних знань, як у площині відпрацювання вільного формування думки, навичок, умінь та зав'язування контактів у “своєму колі”. Останнє було ще за СРСР: діти номенклатури “сконцентровано” навчалися переважно в кращих ВНЗ країни або республік (на загальносоюзному рівні — Московський держуніверситет, Московський інститут міжнародних відносин, в Україні — Київський державний університет ім. Т.Шевченка та КІМВ, що входить до його структури). Ця традиція “концентрації” залишилася. Найбільшою популярністю серед української “золотої” молоді користуються вже згаданий Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Київський інститут міжнародних відносин, Харківська національна юридична академія ім. Ярослава Мудрого (раніше — Харківський юридичний інститут), Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана, Києво-Могилянська академія та деякі великі регіональні ВНЗ в Одесі, Донецьку, Харкові, Львові. В Інституті міжнародних відносин навчаються сини колишнього міністра юстиції України Олександра Лавриновича, президента Віктора Ющенка, КІМВ закінчили донька колишнього міністра внутрішніх справ Юрія Кравченка, донька Василя Кременя й онук колишнього радянського партійного керівника О.Ляшка. Там же навчається дочка экс-спікера українського парламенту Володимира Литвина, донька Володимира Кузьмука. До Інституту міжнародних відносин влаштували своїх дітей Олександр Задорожний, Ігор Шаров, Людмила Супрун, Сергій Терьохін, Борис Тарасюк, співачки Таїсія Повалій, Оксана Білозір, футбольна знаменитість Леонід Буряк і багато інших [40]. Донька Наталії Вітренко

одночасно закінчила економічний та соціологічний факультети КНУ ім. Тараса Шевченка. Молодший син В.Януковича закінчив економічний факультет Донецького університету і під час свого депутатства у Верховній Раді України продовжував писати кандидатську дисертацію. Донька О.Івченка навчається в КНЕУ, цей ВНЗ закінчив Олесь Довгий. Тетяна Ківалова закінчила Одеську юридичну академію, президентом якої, до речі, був її батько — Сергій Ківалов. З-поміж спеціальностей переважають іноземні мови, правові та економічні дисципліни.

Отже, в Україні триває процес формування своїх “фабрик джентльменів” (або, краще, “фабрик панів”) із багатоступеневою системою входження до “свого кола”: від елітної школи до престижного факультету у ВНЗ з високою концентрацією дітей еліти. Причому в українській еліті є специфічна риса — вони дедалі частіше намагаються дати освіту своїм дітям за кордоном. В Англії здобули чи здобувають освіту доньки Ю.Тимошенко, І.Суркіса, Є.Червоценка, С.Тігіпка, в Італії — А.Кінаха, М.Мартиненка [49]. Вступати до британського коледжу збирається й онук экс-президента Л.Кучми [50]. У сукупності з інформацією про спеціалізацію шкільних елітних закладів на іноземних мовах це може побічно свідчити про наявність установок невпевненості істеблішменту у своїй країні. У новій генерації еліт компрадорство фактично закладається й культивується від самого початку їхнього життя.

“Золота” молодь значно перевищує стандарти споживання порівняно зі своїми батьками. Це може пояснюватися кількома чинниками. Представники істеблішменту перебувають у стані перманентного контролю й обмеження з боку ЗМІ та неурядових громадських організацій. Офіційно задекларовані доходи не дозволяють їм відверто демонструвати свої реальні соціальні можливості. Утім, гасло “все найкраще — дітям” набуває нових рис за умов значної соціальної диференціації в Україні. Діти сучасних можновладців отримують те, що не могли дозволити собі їхні батьки у роки своєї молодості. А часто-густо і те, що вони не можуть дозволити собі й зараз. Надспоживання є нормою в середовищі дітей правлячої еліти, воно також виконує роль соціального фільтра, “перепустки” до “свого кола”. Не треба вважати, що це є ознакою лише даного часу й конкретно українського соціального простору.

Відмежовування у “своєму колі” від представників неелітних верств взагалі характерне для еліти, а особливого значення воно набуває для їхніх дітей, оскільки вони проходять фазу самоствердження й самоідентифікації у соціальній ієрархії. Юнацький максималізм укупі з високими соціальними можливостями батьків може загострити цей процес, що подекуди виявляється у різноманітних крайнощах: від егоїзму та дистанціювання від людей “не свого рівня” до відвертих виявів своєї соціально-ієрархічної зверхності й епатажності поведінки. Це було притаманне “золотій молоді” різних епох та соціальних верств. Традиції стилю життя сучасної “золотої молоді”, хоч як це парадоксально, сягають “корінням” норм радянського суспільства пізньої доби. Ілюстрацією цієї тези може слугувати результат соціологічного аналізу мемуарів Катерини Московської, доньки члена ЦК КПРС, головного редактора газети “Радянська Росія” [12]. Так, у мемуарах К.Московської стрижнем є перманентне пригадування всього престижного в ті часи: адреси проживання її батьків (квартири на вул. Горького в центрі Москви з немислимою тоді площею у 180 кв. м), дачі в генеральському селищі Трудове, “свого кола”, оточення культурного бомонду (С.Міхалков, Лактіонові, Кончаловські, В.Василевська, К.Симонов). Причому, треба відзначити, сама К.Московська пише про це не з позиції престижу, а суто як про природний стан речей. І про елітну спеціалізовану англійську школу (в тексті вона названа “елітарною”), де навчалися діти Аллілуєвих, Лактіонових, письменника Драгунського. І про “Чайку” з “Сашею або Мішею за кермом”, яка щоранку відвозила її в інститут. Весь статусний набір сприймається не як низка елементів престижу й елітного стилю життя, а як нормальне становище, гідне її життя. Так, в інституті була нормою форма одягу: “джинси, дублянка”, коротка спідниця, білі панчохи й високі чорні чоботи. Згодом вона писала: “Я, дочка цеківська, звісно, не розуміла всієї своєї чудової закордонної шикарності, я звикла бути одягненою красиво — за своїми смаками, але за дідівськими застголоврадівськими можливостями і маминими “підкиданнями речей через бугор...”; “Діти тих, що мають, не розуміють і не цінують, хвала Богові, таких речей, це їхнє середовище перебування, і вони його не помічають, як повітря,

яким дихають” [12]. Але навіть на загальному тлі відриву від соціальної реальності авторки мемуарів у її тексті проглядає свобода особистості, неприйняття примусу й обмеження бажань. Вона, попри високий номенклатурний статус батьків, із неприхованим презирством ставиться до радянської системи, яку називає “плебейською”. Можливо, такий (або подібний до нього більшою чи меншою мірою) світогляд, поведінкові моделі та, власно, стиль життя формується у багатьох елітних нащадків. Так, можна впевнитися, що в сучасній Україні порівняно з механікою радянської системи виховання дітей еліти (наголосимо — не самої еліти, а її дітей) мало що змінилося. Принципи залишилися тими самими, хіба що рівні й обсяги споживання набули більшої асиметрії, контрасту, а позиціонування в суспільстві стало менш прихованим.

Справді, “золота молодь” так само має нянь й обслугу, навчається в елітних, закритих (але вже не нормами допуску, а більш тривіальними, але значно ефективнішими соціальними фільтрами) школах, престижних інститутах. На навчання вони приїжджають на розкішних авто, користуються вишуканими речами, які для них уже не мають статусної, елітної символічної завантаженості. Їхнє життя та кар’єра вже визначені соціальними можливостями їхніх батьків. Отже, принципіальної відмінності в самій механіці життєвого шляху та стилю життя дітей еліти пізньорадянського періоду та сучасності майже немає. Нових ознак (принаймні у царині публічності та соціального позиціонування) вона набуває останнім часом. Саме після виборів Президента України 2004 року ЗМІ почали звертати більшу увагу на вияви стилю життя дітей правлячої еліти. Раніше така тематика була завуальованою. Перші найгучніші й резонансніші інформаційні приводи дав син президента Андрій Ющенко [51; 52], який “відзначився” надзвичайно нескромним виявом своєї “студентської” життєдіяльності. До поля зору журналістів потрапили дорогі квартира, авто й мобільний телефон, а також суми витрат сина президента у клубах і на турецьких курортах. Упродовж 2005—2007 років репортери неодноразово звертали увагу громадськості на стиль життя й статусні речі Віктора Януковича-молодшого [53; 54], Олеся Довгого [55], Степана Черновецького [56; 57], Євгенії Тимошенко [53; 58], Зої Кінах [59]. Перелічувати всі елементи справді елітного стилю життя дітей правлячої еліти та статусних символів, що його підкреслюють,

ми вважаємо недоречним, оскільки науковий текст ризикує перетворитися на рекламний прайс-лист найдорожчих речей із всесвітньо відомими брендами (авто, годинники, одяг, взуття, аксесуари тощо). Усе це можна знайти у джерелах, на які ми посилалися. Однак на тлі високих соціальних можливостей та елітного статусу як *звичайного й нормального* у дітей української еліти формується зверхнє, неоаристократичне ставлення до представників неелітних верств і загальноприйнятих соціальних норм. Яскраво ілюструє цю тезу спостереження журналістами звичайного режиму навчального дня студентів КІМО та манеру їхнього ставлення до охоронців і співробітників ДАІ під час “висадки” перед інститутом [60]. Воно більше нагадує модель взаємин на кшталт “пан-холоп”.

Заслуговує на увагу також зайнятість дітей еліти після закінчення навчання. Можна помітити формування установки (вона характерна принаймні для сучасного періоду) “втягнення” дітей в орбіту своєї діяльності. Відомими парламентаріями встигли стати сини прем’єра В. Януковича та бізнесмена І.Суслова. Депутатом Верховної Ради України також став Артем Щербань. Заступником київського мера став Олесь Довгий, син Святослава Довгого, а депутатами Київради — зять Л.Черновецького В.Супруненко, син лідера фракції Партії регіонів у ВР України Р.Богатирьової Олександр, син колишнього голови Комітету з будівництва, архітектури та житлової політики України В.Черепи Сергій, син заступника міністра АПК В.Пабата Олександр. Депутатами Донецької облради стали Руслан Щербань (син Є.Щербаня), Сергій Близнюк. До складу Дніпропетровської міськради увійшли син та брат П.Лазаренка [52]. Свого часу в народні депутати балотувалася Тетяна Ківалова. Про наміри залучити доньку до діяльності своєї політичної сили зазначала Ю.Тимошенко. Син президента В.Ющенко є власником бізнесу, що постачав “помаранчеву” символіку (прапори, одяг тощо) під час президентської кампанії 2004 року. Щодо включення “золотої молоді” до бізнес-структур їхніх батьків інформації менше, оскільки це фігурує в обмежених обсягах в інформаційному просторі. Але це є загальноприйнятою практикою: якщо не безпосередньо у структурах батьків, то у фірмах, відкритих на їхні гроші. Приміром, син Л.Черновецького Степан очолив “Правекс-банк” під час виконання його батьком обов’язків голови Київської міської ради. Однак слід зауважити, що діти можуть

повноцінно й багатогранно реалізувати себе, головним чином, на запереченні досвіду батьків, але не на його копіюванні та компілятивному відтворенні. Мабуть, у цьому полягає об'єктивна закономірність загального прогресу. І для дітей еліти це має ще більше значення, ніж для вихідців із неелітних верств, оскільки першим доводиться для цього долати значно вищі бар'єри, ніж другим.

Під час кожної передвиборчої кампанії високого рівня популярності набуває теза, що “суспільство потребує на оновлення еліти”, але є проблема з кадрами. На наш погляд, треба чітко усвідомлювати, що в суспільстві без суттєвих соціальних трансформацій оновлення еліти за рахунок представників неелітних верств може відбуватися в значно обмежених і зумовлених самою елітою межах. Еліта закономірно схильна до самовідтворення з власних ресурсів. Рекрутаційні механізми вона застосовує, лише виходячи з власних цілей збереження наявної ієрархії та свого елітного status-quo в ній. Тому ми схильні вважати, що головною ресурсною базою для оновлення правлячої еліти будуть або її нащадки, або наближені до неї особи, які входять до їхнього соціального “кола”. Зараз процеси інституціоналізації еліти тривають. Можна бачити, що з кожними виборами до влади приходять одні й ті самі люди. Еліта поступово перетворюється на однорідну соціальну верству з більш-менш уніфікованим стилем життя. Український істеблішмент багато в чому відтворює моделі формування й функціонування еліт, описаних класиками елітологічної думки. Наступне покоління сучасної правлячої еліти України остаточно завершить процес її інституціоналізації й “зацементує” соціальну ієрархію, що зараз формується. Не обов'язково, щоби нова генерація еліти управляла суспільством сама через інститути державної влади. Найімовірніше, це вже буде застосування витонченіших механізмів опосередкованого управління через підконтрольних осіб у вищих ешелонах найважливіших соціальних інститутів. І саме завдяки цьому еліта трансформується з правлячої у панівну.

Висновки

У межах даної соціологічної розвідки ми могли користуватися обмеженими фактичними даними, що були доступні лише завдяки спостереженням ЗМІ з цього питання. Втім, аналіз навіть таких

обмежених даних дає нам підстави для низки узагальнювальних висновків.

Для сучасного періоду формування правлячої еліти України її стилям життя притаманні такі характерні ознаки:

1. Стильові практики життя сучасної владної еліти України сформувалися шляхом синтезу ціннісних установок представників різних суспільних груп (професійних, регіональних), що були інкорпоровані до складу вищих ешелонів влади в перехідний період. У результаті внутрішніх асиміляційних процесів еліта використала моделі ціннісних установок усіх представлених груп, але згодом позбавлялася недоцільних для неї елементів. Найвпливовішими в середовищі владної еліти стали групи неономенклатури та бізнесменів. Саме вони формували головні стандарти поведінки та інших виявів життєдіяльності і, таким чином, стали еталонними референтними групами у внутрішньоелітному середовищі. Натомість елементи ціннісних установок та моделей стилю життя інших соціальних груп (представники силових, науково-освітніх закладів, творча інтелігенція, “зірки” естради тощо), які мали менший доступ до дефіцитних соціальних ресурсів, збереглися в обмеженому обсязі відповідно до інтересів владної еліти.

2. У контексті дослідження проблематики стилів життя стає зрозумілим, що у внутрішньоелітному середовищі найбільше значення мають відмінності не в політико-ідеологічній площині, а в межах соціальних можливостей та в реалізації тих чи тих моделей вияву життєдіяльності. Це дало нам можливість поділити сучасну правлячу еліту України на умовні групи “політиків”, які своєю чергою, мають у своєму складі підгрупи “політиків професійних” і “політиків декоративних”, а також “бізнесменів” (“олігархат” та “наближені або причетні до бізнесу”). Саме такий поділ, який є в усіх фракціях та ідеологічних групах, найбільшою мірою характеризує різні стилі життя в середовищі правлячої еліти. Представники групи “політиків” переважно використовують можливості системи державного забезпечення (житло, відпочинок, споживання, транспорт та інші пільги), які були підґрунтям стильових практик життя республіканської номенклатури й існують у дещо деформованому вигляді зараз. Причому в цьому сенсі “професійні політики” та “декоративні політики” майже не відрізняються. Проте група “бізнесменів” формує стандарти стилів життя іншо-

го порядку, що походять від вищого рівня їхніх соціальних можливостей. Оскільки в останній період (від 1999 року до цього часу) саме група “бізнесменів” становить переважний сегмент правлячої еліти, вона є еталонною референтною групою для більшості інших її представників, змушуючи їх рівнятися на себе.

3. Попри високий рівень соціальних можливостей, представники правлячої еліти мають досить обмежений перелік стилів життя та поведінки. Для більшості “політиків” характерним є орієнтування (змушене чи добровільне) на стилі життя “бізнесменів” для підтримки певного реноме у внутрішньоелітному середовищі. Для сегмента “бізнесменів” еталонною референтною групою стала буржуазія Західної Європи, моделі стилів життя та публічної поведінки якої (але не ціннісні установки) активно запозичуються більшістю елітних груп на пострадянському просторі.

4. Окрім того, обмеження вибору стильових практик життя еліти полягає в об’єктивному для неї прагненні відмежування від інших груп суспільства для захисту своїх позицій і доступу до соціально важливих ресурсів. Особливо це виявляється в періоди первинного нагромадження капіталу, “ліфтування” на елітні позиції нуворішів (нових багатіїв) та початку інституціоналізації складу нової еліти. Для сучасної української правлячої еліти характерний саме такий етап формування її складу та стилів життя. На цьому перехідному етапі український істеблішмент користується переважно “кількісними” стильовими стандартами життя. Така модель відповідає стилям життя нуворішів країн Західної Європи та США періоду становлення капіталізму. Але якщо для цих суспільств таке явище було результатом органічного й тривалого процесу історичного розвитку, то в Україні становлення нової еліти та її стилів життя відбувається надзвичайно швидкими темпами переходу від однієї соціальної системи до іншої. Саме за таких умов нелегітимний істеблішмент намагається стабілізувати своє високе становище в суспільстві шляхом відвертої демонстрації власної “вищості” в царині свого рівня соціальних можливостей, що реалізується у малодоступних іншим верствам стилях життя. На тлі цих явищ відбувається швидке “замикання в собі” правлячої еліти, її відмежування від суспільства, яке неважко помітити, але важко подолати представникам неелітних верств. Це є ознакою формування нового стану, або “нового дворянства” (за термінологією

Є.Головахи) в українському суспільстві. У межах цього соціального утворення, процеси інституціоналізації якого відбуваються зараз, стабілізуються певні ціннісні установки, в межах яких формуються моделі стилів життя, внутрішньоелітної взаємодії та публічної поведінки (які можуть відрізнятися один від іншого). Мірою перебігу процесів інституціоналізації еліти право вибору її представників буде більш обмеженим внутрішньогруповими санкціями. Відхилення від загальноприйнятих у середовищі стандартів стилю життя та поведінки каратиметься відлученням від групи чи іншими внутрішньогруповими санкціями. Існує певна ймовірність того, що в наступному поколінні еліти такі стандарти будуть закріплені й сприйматимуться як природні (об'єктивізація). В таких умовах стиль життя перетворюється на спосіб життя, оскільки останній аж ніяк не пов'язаний із правом вибору та волевиявленням людини.

Література

1. Шульга М. Етапи становлення політичної еліти в Україні в роки незалежності // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 4. — С. 24–37.
2. Стиль жизни личности. Теоретические и методологические проблемы. — К., 1982. 1982.
3. Веблен Т. Теория праздного класса. — М., 1984.
4. <http://ecsocman.edu.ru/db/search.html?words=%F1%F2%E8%E%FC+%E6%E8%E7%ED%E8+%FD%EB%E8%F2%FB&x=14&y=5>
5. Миллс Р. Властвующая элита. — М., 1959.
6. Овчинников Вc. Сакура и дуб: Ветка сакуры. Корни дуба. — М., 2006.
7. Зоткін А. Механізми відтворення та добору владних еліт // Соціальні виміри суспільства. — Вип. 8. — К., 2005. — С. 202–218.
8. Ильин В.И. Поведение потребителей : Учеб. пособие. — Сыктывкар, 1998.
9. Головаха Е. Неословное общество XXI столетия // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Теоретичні проблеми змін соціальної структури українського суспільства : Наукові доповіді і повідомлення II Всеукраїнської соціологічної конференції /

Соціологічна асоціація України, Інститут соціології НАН України; М.О. Шульга (наук. ред.) та ін. — К., 2002. — С. 42–48.

10. *Зоткін А.* Роль регіональних еліт та столичного істеблішменту в формуванні владної еліти України // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2004. — № 3. — С. 95–108.

11. *Паренти М.* Левый антикоммунизм. — <http://left.ru/2002/leto/parenti.html>

12. *Козлова Н.* “Повесть о жизни с Алешей Паустовским”: социологическое переписывание // Социологические исследования. — 1999. — № 5. — С. 20–33.

13. *Выдрин Д.* Невозвращенцы–3 (записки весеннего ипохондрика) // Зеркало недели. — 2003. — № 13(438).

14. *Головаха Є., Паніна Н.* Основні етапи і тенденції трансформації українського суспільства: від перебудови до “помаранчевої революції” // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 3. — С. 32–51.

15. *Марек Чарковський (Marek Czarkowski)* Наша безумная восточная политика, или Гнилые апельсины, поломанные розы // Trybuna. — 2006. — 5 апреля. — <http://www.inosmi.ru/translation/226599.html>

16. *Шевчук В.* В Украине любят машину “Maybach”. — http://dialogs.org.ua/issue_full.php?m_id=7621

17. Ющенко став мільйонером. — <http://www.pravda.com.ua/news/2007/3/16/55849.htm>

18. Депутатські привілеї: зарубіжний досвід та пропозиції для України [Інформаційно-аналітичне дослідження]. — http://parliament.org.ua/docs/files/12/1174577729_ans.pdf

19. 100 самых богатых людей Украины // Фокус. — 2007. — №12. — <http://focus.in.ua/Default.aspx?p=article&id=10678>

20. <http://najbogatsieuropejczysy.wprost.pl/>

21. 100 самых богатых кандидатов в депутаты // Фокус. — 2007. — № 38. — <http://focus.in.ua/article/politics/20631.html>

22. *Брилева О.* Наслаждение раздробленностью // Русский журнал. — 2001. — 30 июля. — www.russ.ru/politics/20010730-bri.html

23. <http://www.litkonkurs.ru/index.php?dr=45&tid=36217&pid=45>

24. Омельченко курить по дві пачки цигарок на день. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2006/9/1/848.htm>

25. *Вебер М.* Избранные произведения. — М., 1990.

26. Депутатам заборонили займатися сексом і влаштували комунізм. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2006/8/17/821.htm>

27. Жінка Черновецького вдягається крутіше за леді Ю. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2006/11/14/1067.htm>
28. З життя регіональної еліти: маєтки Івана Балоги, Тихонова, Єфремова. — <http://www.pravda.com.ua/news/2007/8/30/63245.htm>
29. Мереживо Тимошенко “привабило” її экс-міністра. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2006/11/6/1039.htm>
30. Владимир Щербань: “Через год после взрыва на стадионе “Шахтер” Ахметов предлагал мне забрать команду себе”. — <http://www.pravda.com.ua/news/2006/11/7/50346.htm>
31. На яких автомобілях їздять Ахметов, Засуха, Порошенко, Тимошенко... — <http://www.tabloid.com.ua/news/2006/12/9/1156.htm>
32. Продавець “игрушек” // Фокус. — 2007. — № 11. — <http://focus.in.ua/Default.aspx?p=article&id=10868>
33. *Видрін Д.* Жінки, гламур і політика // Дзеркало тижня. — 2007. — 8–16 березня. — № 9 (638).
34. Юлія Тимошенко — жінка на мільйон доларів? — http://pravda.com.ua/news_print/2005/8/15/32442.htm
35. *Винст В.* Элита против населения. — <http://www.ura-inform.com/economics/2005/07/19/26444/>
36. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. — М., 1995.
37. *Шерматова С.* Дарига, Гульнара, Бермет: президентские иллюзии. — <http://www.rian.ru/analytics/20070711/68770537.html>
38. *Жего М.* Проторенная дорожка для детей номенклатуры // LE MONDE. — 2007. — 04.01. — <http://www.inopressa.ru/lemonde/2007/01/08/15:55:34/nomenklatoristes>
39. “Трудные дети” президентов, премьеров, диктаторов. — <http://www.casta.ru/index.php?newsid=1148927988>
40. “Откройте рты, сорвите уборы — на папиных мерсах мальчишки-мажоры...” // Публичные люди. — 2004. — № 4. — Май. — <http://www.liga.net/smi/show.html?id=111299>
41. *Дзюбенко Н.* “Золотые дети” идут в школу: формы “от кутюр”, “Мерседесы” и обучение от \$2 тысяч // “Факты”, ICTV. — 2007. — 04.09. — <http://www.job.oboz.ua/news/412.htm>
42. Слисаренко остается на 5-м канале. — <http://www.proua.com/mirror/2007/09/03/144404.html>
43. http://www.grandschool.com.ua/vopr_otv.htm
44. *Семиволос П.* Столична двадцятка // Дзеркало тижня. — 2002. — № 22(397). — 15–21 червня.

45. Янукович сів за парту — вперше. — <http://tabloid.com.ua/news/2007/9/4/1854.htm>
46. *Парфитт Т.* Золотой занавес делит Россию на старую и новую // The Guardian. — 2005. — 10 октября.
47. Как опустошить карман? Отдайте ребенка в элитную школу! — http://www.relax.mignews.com.ua/articles_print/269619.html
48. *Тарасевич Г.* Элитное образование сводит с ума. — http://mignews.com.ua/articles_print/246409.html
49. *Гончаренко Ю.* Дочь Мартыненко учится в Милане, а дочь Витренко получала дипломы “дуплетом”. — <http://vip-ua.com/print/?/articles/2006/09/05/102711-0>
50. Онук Кучми піде стопами Жені Тимошенко. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2006/9/29/934.htm>
51. *Амчук Л.* Андрій Ющенко, син Бога? // Українська правда. — 2005. — 19 липня.
52. *Амчук Л.* Андрій Ющенко, син Бога? Ч. 2 // Українська правда. — 2005. — 22 липня.
53. Досє на дітей Ющенка, Тимошенко і Януковича. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2006/6/5/570.htm>
54. Поповнення у годинниковій колекції Януковичів: “IWC”, “Zenith”, “Chopard”. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2007/8/30/1845.htm>
55. Головний мажор столиці. 25-річний секретар Києва любить чорні БМВ і телефони Vertu. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2006/5/3/452.htm>
56. Син Черновецького франтить на Porsche, а донька глохне на Lamborghini. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2007/6/1/1609.htm>
57. Сину Черновецького подобається запах шкіри. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2007/4/20/1496.htm>
58. Женя Тимошенко заробляє на нерухомості, а Шон Карр заганяє доньку у “боргову яму”. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2006/11/7/1045.htm>
59. Як Кінах свою дочку заміж видав. — <http://www.tabloid.com.ua/news/2006/10/30/1012.htm>
60. Для чого VIP-детям ГАИ? — <http://oligarh.net/?/digest/9512/>
61. Дітки в радах: Янукович, Черновецький, Ківалова і Ко. — http://www.tabloid.com.ua/news_print/2006/4/26/442.htm

Розділ 6

НОВІТНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СУЧАСНИЙ СТИЛЬ ЖИТТЯ

Сьогодні дедалі частіше можна зустріти такі сполучення, як “цифровий стиль життя”, “Інтернет-стиль життя”, “мобільний Інтернет — новий стиль життя, що створює інформаційне суспільство майбутнього”, “концепція «життя в стилі Інтернет»”, “мода на стиль життя он-лайн”, “світ переходить на «електронку»” тощо. Стають зрозумілими й прийнятними такі поняття, як “e-comege”, “e-government”, “e-business” тощо.

Нова інформаційно-комунікативна система радикально трансформує простір і час, фундаментальні виміри людського життя. Завдяки своїм технічним і соціальним особливостям Інтернет-технології сьогодні надають прекрасну можливість трансформації життя особистості та зміни логіки відносин соціальних суб’єктів у суспільстві. Доступність до світових інформаційних ресурсів, яку відкривають можливості всесвітньої мережі, безумовно, впливають на всі царини суспільства і їх не можна недооцінювати.

Ми живемо за доби знань та інформації, коли комп’ютери проникають в кожен офіс, кожен дім, а користування всесвітньою мережею Інтернет надає доступ до інформаційних багатств усього людства. Інтернет стає невід’ємною частиною стилю життя сучасної людини. Щодня він відкриває нові рубежі, роблячи недоступне доступним, пізнавальне цікавим, а сучасне популярним. Досить

складно сьогодні уявити людину, котра б хоч якось не використовувала Інтернет. Тож можна сказати, що ми живемо за доби мереж. Сьогодні шанси на успіх визначаються не громадянством і місцем проживання, а освітою, здібностями, завзятістю, винахідливістю і доступом до світової комунікаційної системи.

Зауважимо, що визначення поняття “стилю життя” досить різноманітні й мають тривалу історію. Ми не ставимо своїм завданням аналіз становлення й багатоманіття цього поняття. Наш науковий інтерес пов’язаний із висвітленням проблем становлення нового стилю життя з огляду на входження світу в епоху сучасних ІКТ (інформаційно-комунікативних технологій). При висвітленні питань змінення стилю життя у зв’язку з появою та поширенням новітніх ІКТ ми ставимо завдання дослідити ті зміни в поведінці та життєдіяльності людини, які відбуваються під впливом новітніх ІКТ у сучасному світі, плануємо простежити якісну й кількісну динаміку поширення ІКТ як у світі, так і в Україні, а також визначити особливості входження ІКТ як стильового компонента в сучасне життя.

Зазначимо, що сучасний стиль життя найімовірніше поєднує мінімалізм 1960-х, насиченість 1970-х, романтизм 1980-х, прагматизм 1990-х й обирається з великої множини життєвих “пропозицій”, причому ознаками стилю життя виступають не тільки поверхові звички споживання та дозвілля. За словами Х.Мюллера, це такі виміри, як експресивна поведінка, що виявляється в дозвіллі та зразках споживання; інтерактивна поведінка, виражена безпосередньо у формах спілкування й у використанні медіа; евентуальна поведінка, що охоплює цінності й системи регулювання; когнітивний аспект, який керує самоідентифікацією, належністю і сприйняттям соціального світу [1].

З одного боку, вибір стилю залежить від суб’єктивного смислу життя в біографічному контексті, а з іншого — від безлічі пропозицій сучасного світу.

Сьогодні світові компанії активно об’єднуються для популяризації та просування Інтернету як стилю життя. Так, членами “Альянсу Інтернет-дім” (Internet Home Alliance) вже стали 3Com, Best Buy, Cisco Systems, CompUSA, General Motors, Honeywell, Invensys, Motorola, New Power Company, Panasonic, Reliant Energy, Sears, Roebuck and Co., Sun Microsystems і Texas Instruments —

група добре відомих на споживчому ринку високотехнологічних компаній, які об'єдналися, щоби разом визначати найважливіші компоненти рішень, що відповідають новому життєвому стилю, й долати перешкоди, що заважають масовому поширенню цих рішень. Так, компанія Cisco Systems, світовий лідер у царині мережних технологій для Інтернету, оголосила про свою участь в цьому новоствореному галузевому альянсі й проголосила метою своєї участі в ньому можливість повніше реалізувати свою стратегію, спрямовану на надання користувачам доступу до Інтернету в будь-якому місці й у будь-який час, у тому числі вдома. Такий альянс покликаний створити екосистему, що зробить реальністю Інтернет-стиль життя. Коли рішення, пов'язані з новим життєвим стилем, набудуть масового характеру й стануть доступнішими для домашніх користувачів, компанія планує сприяти наданню широкосмугових послуг, що охоплюватимуть найрізноманітніші домашні пристрої, включно з комп'ютерами, телефонами, домашніми обігрівальними системами, системами безпеки та будь-якими інтелектуальними приладами.

Альянс планує активно співпрацювати з усіма підприємствами галузі: від сервіс-провайдерів і провайдерів інформаційного наповнення до домашніх інтеграторів і будівельників задля пришвидшеного розвитку галузі, при цьому головним завданням буде зробити Інтернет-дім реальністю нашого життя. І це завдання вже сьогодні активно реалізується альянсом. Хоча, на думку альянсу, поширенню Інтернет-стилю життя нині ще заважають перешкоди, і першою чергою фрагментація ринку, *нерозуміння особливостей нового життєвого стилю з боку виробників і споживачів*, недоступність і складність технологічних рішень для будинків і квартир. "Альянс Інтернет-дім" буде співпрацювати з галузевими асоціаціями і партнерами за екосистемою з метою розроблення, розподілу і створення попиту на Інтернет-рішення, що підвищують якість життя людини [2].

Світова статистика розвитку ІКТ. Сучасні тенденції

За сучасних умов стрімкої інформатизації обсяги інформації зростають із шаленою швидкістю, коли з появою електронних носіїв інформації формується єдиний інформаційний простір, долаються кордони, а інформація за лічені секунди може опини-

тися в будь-якому куточку світу. Безумовно, телебачення й надалі триматиме пальму першості за популярністю й впливом на масову свідомість. Разом із тим не можна недооцінювати появи новітніх інформаційно-комунікаційних технологій для розвитку сучасного світу та їхнього впливу на стиль життя сучасної особистості. Виникнувши як засіб для обміну інформацією, сьогодні Інтернет — це територія, на якій активно продають і купують, рекламують і сплачують товари та послуги, користуються можливостями Інтернет-банків, голосують, спілкуються тощо. Аудиторія Всесвітньої мережі невпинно зростає, доступ до Інтернету для користувачів стає нагальною потребою, а представники багатьох спеціальностей вже просто не мислять себе поза мережею.

Якщо десять років тому Інтернет налічував близько 1000 користувачів по всьому світу, то сьогодні вже подолано рекорд в 1 млрд. Усесвітня мережа охоплює всі континенти, навіть в Антарктиді є кілька комп'ютерних станцій.

Загалом сьогодні близько 75% жителів Сполучених Штатів Америки й така сама кількість у кожній зі Скандинавських країн активно використовують Інтернет. У 2010 році частка їх може сягнути 88% населення цих країн. У Німеччині зараз Інтернетом користуються 60% населення. На думку німецьких експертів, до 2010 року Інтернет-користувачами стануть 70% громадян Німеччини. Помітно виріс попит на Інтернет і в Південній Європі. В Іспанії Інтернет використовують 40% населення; у східноєвропейських країнах у середньому частка користувачів коливається в межах 14% від загальної чисельності населення [3].

Зростають і ресурси всесвітньої мережі Інтернет. Одночасно зі збільшенням числа Інтернет-користувачів швидко збільшуються ресурси Всесвітньої мережі. Так, згідно з даними квітневого звіту консалтингової компанії Netcraft, в Інтернеті на 1 квітня 2007 року налічувалося 113 658 468 сайтів, що на 3,2 млн сайтів більше, ніж за даними на 1 березня 2007 року. За словами аналітиків із Netcraft, веб-сервер Apache нині залишається найпопулярнішим сервером — на його базі працюють 66,9 млн сайтів (це 60% усього ринку), на другому місці — Microsoft IIS із 35,3 млн сайтів (35% ринку) [4]. Зростає й число зареєстрованих доменів. Так, у 2007 році лише кількість зареєстрованих доменних імен в європейському

домені.eu перевищила 2,5 млн. Зараз доступ для реєстрації в цьому домені відкритий як приватним особам, так і корпоративним користувачам, що перебувають на території країн Євросоюзу. В Європейському союзі зазначають, що загальноєвропейська доменна зона сьогодні третя за популярністю серед доменів верхнього рівня і сьома за популярністю серед відкритих доменних зон узагалі. Крім того, доменну зону.eu визнано такою, що найактивніше зростає, — 17% за п'ять місяців 2007 року. За статистикою, серед національних доменів лише доменні зони Німеччини і Великої Британії містять більше імен, ніж зона.eu. Примітно, що саме на частку цих країн (31% і 17% відповідно) припадає найбільша кількість реєстрацій до зони.eu. Нагадаємо, що 7 квітня 2006 року доступ у зону.eu був відкритий для всіх, а доти у зоні.eu був так званий період пріоритетної реєстрації, коли отримати доменне ім'я могли лише власники торговельних марок [5].

Користування Інтернетом *стає стандартом повсякденного життя людей* усього світу — пошук інформації, спілкування, покупки он-лайн, бронювання подорожей та квитків, прослукування музики тощо. Щороку збільшується кількість мешканців планети, які використовують ІКТ у повсякденному житті. Так, відповідно до підрахунків аналітиків компанії IDC, щодня 2007 року у світі надсилалося близько 97 млрд електронних листів. Фахівці IDC стверджують, що у 2007 році обсяг світового поштового трафіку сягнув 5 екзабайтів (5 млрд гігабайтів) [6]. Сьогодні понад мільярд людей у світі підключені до Інтернету. І навіть якщо кожен із них перебуває в мережі лише годину на день, назагал це 372 609 004 374 годин на рік. Організатори акції “Shut Down Day—2007” пропонували перевірити, скільки людей у світі зможуть не користуватися комп'ютером упродовж одного-єдиного дня й що відбудеться, якщо таких людей буде дуже багато. “Абсолютно зрозуміло, що *обійтися без комп'ютера сьогодні вже просто неможливо* і, ймовірно, ми вже не знаємо, що робити в той день, коли комп'ютера не буде поруч”, — говорять організатори і пропонують вимкнути свій комп'ютер на цілий день і перевірити, чи зможе кожен із нас обійтися без машини 24 години [7].

За словами віце-президента Всесвітнього банку, пані Катерини Шієри (*Katherine Sierra*), інформація та ІКТ відіграють вирішальну

роль у світовому розвитку. І час нерозуміння можливостей та вагомості цих новітніх технологій минув, поступившись місцем розумінню ІКТ як сутнісного компонента широких зусиль, спрямованих на розширення можливостей безкоштовного використання інформації, збільшення вагомості окремої думки, відповідальності й економічного розвитку. Сьогодні багато країн готують та впроваджують e-strategies, які роблять акцент на повсюдності та всеосяжності інформації й надають нові можливості, зокрема, в таких царинах, як e-government та e-business. Новітні ІКТ, на думку пані Шиєри, виступають інструментом для зменшення бідності в світі. Саме цим проблемам був присвячений звіт Всесвітнього банку 2006 року [8, с. 3].

Зазначимо, що, на думку експертів, потенціал та успіхи країни в розвитку ІКТ значною мірою залежать від бажання, зусиль та стратегії уряду країни. Так, представники Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum) оприлюднили звіт з Глобальних інформаційних технологій (Global Information Technology Report) за 2006–2007 рік, в якому визначено країни із найрозвиненішою “мережною готовністю” (або “технологічною готовністю” — стан розвитку ІТ-структури, Інтернету). До речі, термін “технологічна готовність” (technology readiness) сьогодні ще не настільки поширений, як “валовий внутрішній продукт” чи подібні до нього. Проте індекс технологічної готовності стає дедалі важливішим показником, що відображає потенціал конкретної держави. Тісний зв’язок між інформаційно-комунікаційними технологіями і фінансовим процвітанням був уперше помічений на Всесвітньому економічному форумі 2001 року. Відтоді Всесвітній економічний форум і школа бізнесу INSEAD щорічно публікують Глобальний звіт з інформаційних технологій (Global Information Technology Report), в якому держави ранжують за “індексом мережної готовності” (Networked Readiness Index, NRI), що став одним із найважливіших показників потенціалу країни і можливостей її розвитку.

Уже не перший рік верхні позиції рейтингу за показником індексу “технологічної готовності” належать європейським і, зокрема, Скандинавським країнам. Згідно з даними звіту, 2007 року на першому місці знову опинилася Данія (для довідки: у цей список входять країни із найліпшими показниками пропозиції

послуг, розвитку і впровадження в економіку, соціальну сферу високих технологій). Далі йдуть Швеція, Сінгапур, Фінляндія. Хоч як дивно, але колишній лідер — США — опинилися на 7 місці. Послаблення впливу США в цьому сегменті фахівці пояснюють досить напруженою політичною ситуацією в країні, а також деякою плутаниною в нинішній управлінській структурі. Згідно з даними звіту з Глобальних інформаційних технологій (GITR), те, що сьогодні саме Данія являє собою перспективний майданчик для впровадження високих технологій, не останньою чергою забезпечує приваблива політика уряду країни, зокрема чітка державна концепція використання ІКТ, що зумовило вражаючий рівень поширеності Інтернету й комп'ютерів, створення систем електронного уряду й появу електронного бізнесу, що динамічно розвивається. Більшість північноєвропейських країн, окрім Ісландії, яка останнім часом загальмувала в темпах, становлять першу десятку (Швеція, Фінляндія, Норвегія). Саме ці країни активно фокусують увагу керівних органів на сферах, які роблять акцент на вдосконаленні технологічної бази.

Серед країн СНД найвищу позицію посідає Росія, яка піднялася із 72-го на 70-й рядок, поступившись, однак, таким державам, як Португалія, Чилі, Угорщина, Чехія, Туніс, Таїланд, Литва, Латвія, Греція, Туреччина, Румунія. Слідом за Росією розташувалися Азербайджан (71-е місце), Казахстан (73-е), Україна (75-е). Усього в звіті фігурують 122 держави [9]. Отже, мережа поступово стає підмурком бізнесу, основою спілкування людей, підґрунтям розвитку країн та індивідумів у всьому світі.

Звернімося до офіційної світової статистики, щоб уявити сучасні масштаби розвитку ІКТ на планеті й в Україні. У “Доповіді про інформаційну економіку”, що пролунала на Конференції ООН наприкінці 2006 року, засвідчується, що за кількістю користувачів Інтернету Україна посідає 12 місце серед країн світу [10]. Наприкінці 2006 року в Україні налічувалося 4,5 мільйони користувачів, а загальна кількість користувачів у світі перевищила 1 мільярд. Згідно зі звітом ООН, на початку 2006 року доступ до глобальної мережі Інтернет мали 1 млрд 20 млн 610 тис. мешканців планети. Тобто загалом у світі, порівняно із попереднім роком, цей показник збільшився на 19,5%. До першої “трійки” країн за кількістю

Інтернет-користувачів увійшли США (близько 200 млн), Китай (11 млн) та Японія (85,29 млн осіб). Наші безпосередні сусіди — Росія та Білорусь — відповідно посідають 11-те й 13-те місця за загальною кількістю користувачів. За рік частка російських користувачів Інтернету збільшилася на 17,8% й становила 21,8 млн осіб, у Білорусі їх було 3,39 млн.

Зазначимо, що відтворення кількості користувачів Інтернету і в світі, і в країні суттєво залежить від того, в який спосіб обчислюють цей показник. Якщо, скажімо, результати міжнародних звітів відображають не загальну кількість користувачів, що її наведено вище, а користувачів Інтернету в країні на 1000 тисячу її мешканців, то результат української інтернетизації буде дещо іншим. Таку інформацію надають, наприклад, звіти ООН та Всесвітнього банку.

Звіт Людського розвитку ООН 2006 року містить результати поширення ІКТ за 2004 рік. Аналіз усесвітнього розвитку ІТК за результатами дослідження ООН засвідчує, що назагал у світі на 1000 мешканців у 2004 році припадало 138 користувачів Інтернетом, причому серед країн із високим рівнем доходів на душу населення цей показник дорівнював 545 одиниць, із середнім доходом — 92 одиниці, із низьким доходом — 24 одиниці на 1000 мешканців. Якщо проаналізувати ситуацію розвитку ІКТ у країнах колишнього СРСР, то найбільшу кількість користувачів Інтернету було зафіксовано 2004 року в країнах Балтії — в Естонії 497 одиниць на 1000 мешканців, у Латвії — 350, у Литві — 282. В Україні, за результатами звіту Людського розвитку ООН, на 1000 мешканців у 2004 році припадало 79 користувачів Інтернетом, у Білорусі — 163, в Росії — 111, в інших країнах колишнього СРСР — не більш як 60 одиниць. Перше місце за кількістю користувачів на 1000 мешканців за результатами звіту ООН у 2004 році посідала Нова Зеландія (788 одиниць), друге — Ісландія (772), третє — Швеція (756) [10].

Результати звіту Всесвітнього банку 2006 року “Інформація і комунікація для розвитку” (Information and Communications for Development) також репрезентують дані розвитку ІКТ у світі за 2004 рік, порівнюючи їх із результатами дослідження 2000 року. Вони засвідчують, що в Україні 2000 року на 1000 мешканців припадало 7 користувачів Інтернету та 18 комп’ютерів, а вже 2004 року кількість користувачів Інтернетом значно зросла —

майже у 9 разів, і становить 62 одиниці на 1000 мешканців країни; кількість комп'ютерів збільшилася до 20 одиниць. Для порівняння тенденцій зазначимо, що у наших сусідів росіян у 2000 році на 1000 мешканців припадало 20 користувачів Інтернету та 64 комп'ютери, у 2004 році — 91 та 113 одиниць відповідно. В Канаді у 2004 році на 1000 мешканців припадало 544 користувача Інтернету й 588 персональні комп'ютери [11]. Така динаміка зростання ІКТ демонструє великий потенціал розвитку України в плані збільшення й розширення доступу новітніх технологій у життя людей.

Дані офіційного звіту Держдепартаменту України зі зв'язку та інформатизації Міністерства транспорту та зв'язку (Держзв'язку) засвідчили, що за підсумками розвитку галузі у 2006 році в Україні послугами Інтернету з різною періодичністю користувалися близько 9 мільйонів мешканців країни.

За даними Держзв'язку, кількість зареєстрованих доменів в Україні наприкінці 2006 року становила 241,7 тисяч, а загальна кількість веб-сайтів — понад 36 тисяч. У 2006 році значно розширився доступ до мережі Інтернет через високошвидкісні канали xDSL та широкосмуговий доступ через систему кабельного телебачення. Так, компанія “Укртелеком” більш як у 6 разів збільшила лави абонентів упродовж підзвітного року, а кількість абонентів широкосмугового доступу через систему кабельного телебачення компанії “Воля” у 2006 році сягала 100 тисяч. Крім того, в країні розгортаються зони бездротового доступу до Інтернету за новітніми технологіями Wi-Fi та WiMax. Станом на 1 січня 2007 року тільки у ВАТ “Укртелеком” кількість об'єктів бездротового доступу за цими технологіями порівняно із початком 2006 року зросла у 9 разів і становила 57 хот-спотів [12].

Використання ІКТ в українському суспільстві набирає обертів. Так, за офіційною статистикою, у січні 2007 року щомісячна активна аудиторія ICQ в Україні перетнула позначку в 1 мільйон користувачів за показника щоденних унікальних відвідувань у 540 тисяч користувачів. Як повідомила компанія Bigmir-Internet, від вересня до грудня 2006 року приріст української аудиторії популярного меседжера ICQ становив 16%, а частка користувачів української версії bigmir.net ICQ збільшилася на 23%. За даними Bigmir-Internet, у грудні 2006 року аудиторія українських користу-

вачів становила трохи менше 4 450 000, тобто чверть усіх Інтернет-користувачів в Україні активно використовують ICQ як особистий засіб Інтернет-спілкування. Аналізуючи реєстраційні дані, компанія дійшла висновку, що найбільшу кількість українських користувачів ICQ становить молодь віком від 18 до 29 років. Частка їх в українському сегменті ICQ 68%. Також в ICQ на 1% побільшало жінок, тепер їх 37%, а чоловіків, відповідно, — 63%. За прогнозами компанії, в Україні до кінця 2007 року показник активної аудиторії ICQ мав зрости до 2 мільйонів користувачів [13].

Урізноманітнюються й можливості українського ІК-ресурсу. Так, в Україні вже з'явився перший сервіс соціальних закладок (<http://zapachka.com>). Сервіси соціальних закладок дають змогу зберігати всі закладки он-лайн та дуже популярні на Заході. Крім найбільших — del.icio.us і [ma.gnolia](http://ma.gnolia.com), в Інтернеті існують сотні подібних сайтів. Торік у Рунеті також з'явилися перші проекти соціальних закладок, які дають змогу розміщати закладки у трьох режимах: публічному, видимому для друзів і приватному. Користувачі можуть додавати один одного в друзі, позначати закладки тегами й імпортувати обране з усіх Інтернет-браузерів або del.icio.us. Проект підтримує чотири мови: українську, російську, англійську, німецьку.

Слід також зазначити, що зростання аудиторії Уанету не має сьогодні суто прогнозованого характеру. Приміром, у результаті лавиноподібного зростання запитів до інформаційних сайтів, що висвітлювали політичну ситуацію навесні 2007 року в Києві, стався збій у програмному забезпеченні найбільш рейтингового ресурсу Уанету — Бігмір. На сайті портала повідомлялося, що збій стався в зв'язку зі збоєм файлової системи одного із серверів баз даних, що обслуговує рейтингову систему портала. При цьому прес-служба портала наголошувала, що збій не торкнувся ані цілісності бази даних, ані роботи лічильника, він збирає дані у звичайному режимі, ці дані накопичуються, але на даний момент оброблення їх і відображення статистичних звітів зі згаданої причини відкладається. За словами Павла Жданова, технічного директора компанії “Бігмір-Інтернет”, головною причиною збою став сплеск *активності користувачів Інтернету, які лавиноподібно пішли на інформаційні ресурси за інформацією*. Так, за його словами, лише за один неповний день до “Кореспондента” звернулися 1,7 млн раз, до “Українсь-

кої правди” — 2,4 млн раз, що істотно перевищує звичні навантаження на роботу за рейтингом. У процесі обкатування нової версії рейтингу йому не вдалося уникнути проблем, коли 31 січня 2007 року на чотири з половиною доби “ліг” рейтинг компанії. Павло Жданов визнає, що робота системи на сплесках активності й у режимі перероблення величезного обсягу інформації виявилася не дуже стабільною. За його словами, незважаючи на дворазове збільшення після зимового “падіння” запасу потужності системи, компанія при масштабуванні системи *помилася в темпах росту аудиторії Уанету*. “Зараз оперативнo усуваємо проблеми і будемо вкладати кошти в збільшення запасу потужності системи”, — сказав Павло Жданов [14].

Крім того, проблемою українського Інтернету наразі є вже не лише кількісна, а й *якісна складова використання мережі*. Аналізуючи ринок Інтернет-реклами, аналітики зазначають, що впродовж 2006 року ринок Інтернет-реклами збільшився й у загальному обсязі ринку в грошовому вираженні, й у кількості рекламодавців. Однак якісного зростання не спостерігалось. Не було цікавих комплексних проєктів. Не спостерігалось активної взаємодії між медіа і сайтами. Зростання кількості грошей на ринку ще не привело до якісної зміни в підходах як рекламодавців, так і Інтернет-агенцій. Загальне зростання рівня відвідування ресурсів Інтернет зумовило природне зростання вартості статичних розміщень, проте нових як нішевих, так і загальнопопулярних сайтів з’явилося дуже мало. Зростання обсягів інвестування в розвиток наповнення українського сегмента Інтернету було вочевидь меншим за загальне зростання ринку. *Незадоволений інформаційний попит українських Інтернет-користувачів, як і раніше, багато в чому обслуговується російськими й зарубіжними ресурсами*, і це співвідношення істотно не змінилося. Інтернет у 2007 році розглядався рекламодавцями як певний додаток до інших медіа. Не спостерігалось усвідомленої стратегії просування себе, своїх товарів і послуг за допомогою Інтернету. Не зафіксовано навіть спроб побудувати цю стратегію на півроку чи рік ані самостійно, ані за допомогою рекламних агенцій і Інтернет-компаній. І, як наслідок, мали місце точкові й несистемні викиди активності в усіх сегментах Інтернет-реклами.

На думку експертів, для більшості людей Інтернет — це й досі екзотика. Мусується теза про низький рівень технічного розвитку

нашої країни і комп'ютерної грамотності населення. При цьому, щоправда, всі натискають кнопки ноутбуків і знають про Google та ICQ. Ефект екзотичності — всі хочуть, але потроху. І не дуже розуміють, чого, власне, хочуть. Бюджети на Інтернет зазвичай формуються за остаточним принципом в рамках великих компаній щодо інших медіа-ресурсів. У 2006 році не було реалізовано жодного довгострокового ефективного проекту, тобто жоден бренд в Україні не займався створенням інформаційних сайтів на тему, близьку цільовій аудиторії бренду. Ніхто не переймався довгостроковим спонсорством уже наявних проектів. На думку експертів, українські ресурси мають подбати про якісне зростання своїх аудиторій, інакше інформаційний попит користувачів і гроші рекламодавців дедалі активніше виїжджатимуть до Росії [15].

Розвиток української мережі засвідчує, що прийшов час якісного зростання ІК-ресурсу, зростання якості послуг Інтернет-агенцій, планування й реалізації довгострокових комплексних проектів, підвищення інформаційної й візуальної якості ресурсів Уанету. На часі — стратегічна довгострокова співпраця між усіма агентами цього процесу.

Ще одну проблему розвитку українського ІК-ресурсу, на наш погляд, демонструють особливості розвитку Інтернет-торгівлі. Причому вони демонструють не лише кількісний, а й якісний, психологічний аспект цієї проблематики. Уже сьогодні Інтернет-магазини пропонують широкий спектр товарів і послуг споживачам в усьому світі. Вигоди електронного способу торгівлі безперечні. Нині Інтернет пропонує великий обсяг пропозицій щодо придбання асортименту товарів через всесвітню мережу Інтенет. Це різноманітні види товарів — комп'ютери та комплектуючі, мобільні телефони, фото- та відеокамери, побутова техніка, товари для дому, меблі, одяг та взуття, ювелірні прикраси й парфуми, книжки тощо. Такий магазин може працювати 24 години на добу, 7 днів на тиждень, 365 днів на рік, він доступний величезній кількості користувачів, дозволяє продавати товари за істотного скорочення витрат і гарантує користувачам відчутну економію часу вибору і замовлення товару. Однак результати наших опитувань (див. далі) засвідчують досить низький рівень покупок он-лайн в Уанеті. У чому річ? Звісно, існує низка об'єктивних причин такої ситуації. І першою

чергою — відсутність у більшості користувачів досвіду придбання товарів через Інтернет і загальна недовіра до нетрадиційних форм торгівлі, а ще й загальні проблеми українського Інтернету — відсутність доступу до мережі у більшій частині населення обмежує можливості електронної комерції. Крім того, можна говорити про несформованість інфраструктури роздрібно-торгівлі загалом і про нерозвиненість системи он-лайнних платежів і доставки товарів зокрема. А ще існує психологічний бар'єр недовіри пересічного покупця до он-лайнної торгівлі.

Є, на думку фахівців Інтернет-торгівлі, й інші проблеми он-лайнних покупок. По-перше, часто потенційний клієнт Інтернет-магазину стикається із тим, що зазначеного в каталозі товару немає і йому не можуть запропонувати рівноцінної заміни. Сьогодні асортимент товарів і погано налагоджені зв'язки з постачальниками й складами — це проблема стратегічного характеру практично всіх Інтернет-магазинів, особливо тих, котрі шойно починають свій бізнес. Незадоволені сервісом споживачі, як правило, більше не звертаються до послуг Інтернет-магазинів і не радять це знайомим, формуючи відповідну громадську думку. Іншим каменем спотикання для вітчизняного он-лайнного покупця є те, що магазин може відмовитися поставити товар у віддалений регіон або вартість доставки може звести нанівець зиск від он-лайн покупки. І, нарешті, якщо вже говорити про психологічну складову аналізованої проблеми, то, як правило, вона зводиться до того, що клієнт хоче отримати чек як свідчення оплати і знати конкретну фірму, до якої може висунути претензії у гарантійному випадку.

Безсумнівно, що невдачі при взаємодії клієнта з Інтернет-магазином формують вкрай негативне ставлення до подібного способу торгівлі, й у даний час це є серйозною проблемою для електронної комерції. Ця проблема вимагає прийняття рішень як з боку покупців і продавців, так і з боку держави. Це значить, що Інтернет-магазинам, які розвивають он-лайнну торгівлю, необхідно орієнтуватися на побудову надійних і успішних відносин із клієнтами. Для завоювання ринку це має першочергове значення, оскільки, як показує статистика, в разі вдалої покупки клієнт знову звертається до вже знайомого магазину. Понад те, за умов формування законодавчої бази такий підхід стане водночас запорукою ви-

живання магазину. Для користувачів основним критерієм вибору має стати чинник надійності магазину. І тут, як і на Заході, слід віддавати перевагу відомим магазинам, які досить довго протрималися на Інтернет-ринку або принаймні магазинам, що розміщують про себе максимально повну інформацію, включно з реєстраційними даними й фактичною адресою [16].

Утім, попри всілякі проблеми, сектор Інтернет-торгівлі розвивається. З'являються нові види торгівлі. Так, Інтернет-трейдинг (від англ. *trading* — торгівля) дає змогу отримувати прибуток, не виходячи з дому, використовуючи особистий ПК як основний інструмент. Найвідомішим видом Інтернет-трейдингу є торгівля на валютному ринку Форекс. Англійське слово *forex* — скорочення від *foreign exchange market*, що позначає “світовий ринок обміну іноземних валют”. Форекс — наймолодший серед міжнародних фінансових ринків. Об'єктом торгівлі на ринку є грошові одиниці різних країн світу, а коливання курсів уможливають отримання значних прибутків на різниці купівлі та продажу. Сьогодні на частку угод, що укладаються через Інтернет, уже припадає понад 10% обігу валютного ринку Forex. Популярність такого типу бізнесу зумовлена тим, що бути трейдером може практично кожен — від великого банку чи транснаціональної компанії до приватної особи. Зазначимо, що західні брокерські компанії завжди орієнтувалися на торговців, які мали змогу зробити мінімальну заставу в тисячі доларів. Однак поява менш заможних інвесторів із пострадянського простору й неабияке поширення он-лайнної торгівлі спричинилися до зниження порогу застави для приватних інвесторів до \$250–500. Багато українських компаній пропонують спробувати шастя, виходячи зі стартової суми \$50–100, але й це не межа. З'явився також міні-форекс — “полегшена” версія Форексу, в якому можна укласти угоди, де мінімальний депозит — \$1! Але, звісно, бізнес через Інтернет потребує певних знань і підготовки.

З'являються нові професії, наприклад веб-дилер. *Веб-дилерством* уже займаються сотні тисяч людей у світі, причому кількість їх стрімко зростає. Шукати й знаходити замовника — це не означає бути “просто торговельним агентом”, це насамперед самому глибоко знатися на цьому питанні. Сьогодні на ринку праці попит на послуги *веб-дилерів* значно випереджає пропозицію. Веб-дилер може стати

в пригоді і для фірм, що відкриваються й мають електронну пошту, але поки не мають власного сайта і змушені вкладати гроші в рекламу в різних місцях, а не у свій сайт; і для дрібних фірм, які не починають рекламу з великого сайта; і для фірм, підприємств, приватних осіб, які бажають перевести свій сайт у вищу цінову категорію, змінивши, доповнивши й урізноманітнивши свою сторінку, але не мають часу й належних фахівців; крім того, безліч людей хочуть мати домашні сторінки, не маючи Інтернету; а також тим, хто воліє зробити свою дошку оголошень чи розмістити інформацію в мережі. Дилер може працювати вдома, варіюючи форми свого спілкування із замовниками — особисто, через електронну чи іншу пошту з кореспондентами з будь-яких куточків країни.

Сьогодні всевітня мережа Інтернет стає незамінним супутником життя мільярдів людей на планеті. *Існує й проблема культури використання Всесвітньої мережі.* Так, за даними британських дослідників, 40% Інтернет-користувачів виходять у Мережу без конкретної мети. Маса офісних працівників знайома із ситуацією, коли їхні колеги, та й вони самі впродовж більшої частини робочого дня зайняті чимось дуже важливим, ретельно вдивляючись у монітор комп'ютера або щось активно друкуючи, однак маркетологи говорять, що це лише ілюзія робочої діяльності. Так, відповідно до опитування британської компанії YouGov, приблизно 70% працівників витрачають до третини робочого часу на Інтернет-броузинг, причому від 4 до 10 аматорів глобальної мережі зізнаються, що здебільшого ходять по сайтах без конкретної мети.

Так, анонімне опитування “YouGov” показало, що близько 40% користувачів третину всього часу, проведеного в Інтернеті, витратили на так званий WILFING (від англ. *What Was I Lookin For?* — Що я шукаю?). Переводячи цей час у робочі години, маркетологи говорять, що приблизно повні два робочі дні на місяць працівники просто “проїдають” Інтернет-трафік і витрачають робочий час. У “YouGov” пояснюють, що проводили опитування серед 2400 осіб, які відвідували популярний західний сайт moneysupermarket.com, де виставлені прайси багатьох компаній для цінового порівняння товарів. За твердженням YouGov, саме цей і подібні сайти, а також

сайти бульварних газет є класичними прикладами “убивць” робочого часу.

Крім того, фахівці зазначають, що в сучасному Інтернеті спостерігається надлишок інформації й новин, що відволікають користувачів, тому середньостатистичний користувач вже звик до бездумного перегортання сторінок у пошуках чогось нового і цікавого.

Маркетологи зауважують, що чоловіки частіше за жінок бездумно бродять Інтернетом. Крім того, третина чоловіків стверджує, що в їхньому житті були скандали й непорозуміння з партнерами на ґрунті Інтернету або доступу до нього. Кожен п’ятий чоловік зізнався, що практично щодня в робочий час заглядає на веб-сайти сексуальної тематики. Зрештою, дослідники з’ясували, що найзапекліші Інтернет-ледарі — це молодь віком до 25 років, а найбільш цілеспрямованими є користувачі, яким понад 50: серед цієї категорії бездумних серферів утричі менше, ніж серед молоді.

За словами англійського фахівця Піта Коена, у сформованій ситуації винні всі — і самі користувачі, що дозволяють собі під час роботи “Інтернет-надмірності”, і їхні роботодавці, що допускають таке ставлення, і власники веб-сайтів, що конкурують за увагу користувачів. “Інтернет-користувачам не завадить бодай зрідка вести облік часу, змарнованого незрозуміло на що у глобальній мережі. Спробуйте не відволікатися, якщо ви маєте намір зробити щось конкретне в мережі, наприклад купити певний товар чи перевірити пошту. Не дозволяйте численним яскравим банерам і голосним сенсаційним заголовкам змусити вас забути про вашу кінцеву мету”, — радить Коен.

Джейсон Лойд, керівник проекту moneysupermarket.com, наголошує, що Інтернет був задуманий для полегшення процесу комунікації між людьми, а також пришвидшення доступу до інформації, однак через велику кількість Інтернет-ресурсів, що не виконують жодної чіткої мети, а являють собою “все в одному”, виникає маса інформаційного шуму. “Наше дослідження показало, що в більшості випадків люди заходять в Інтернет з конкретною метою, однак через те, що на них одразу обрушується маса інформації й практично нескінченні можливості вибору, більшість користувачів перетворюється на бездумних відвідувачів сайтів, які безцільно марнують свої робочі й особисті години”, — говорить Лойд [17].

Тож поява та входження у життя сучасної людини новітніх інформаційних технологій породжує чимало переваг і негативних моментів. І хоча входження українського суспільства в ці процеси відбувається не так стрімко, як у західних країнах, але ІКТ завітали й до оселі пересічних українців. А відтак ретельніше розглянемо українські реалії.

Соціологічний портрет української інформатизації

Чітке усвідомлення кількісних та якісних характеристик входження сучасних інформатизаційних процесів у життя українських громадян демонструє специфіку інтеграції їх у світ новітніх інформаційних технологій, доступність до новітніх світових інформаційно-комунікативних ресурсів і перспективи інформатизаційного розвитку країни. Спробуймо окреслити загальну картину сьогодення для країни загалом так би мовити зсередини й простежити динаміку поширення процесів комп'ютеризації й інтернетизації на теренах сучасної України.

Зазначимо, що існує чимало способів підрахунку й оцінювання кількісних та якісних характеристик користувачів цифровими технологіями як у світі, так і на теренах колишнього СРСР. Загальні значення кількості користувачів Інтернетом, за різними джерелами досліджень, дуже різняться (див., наприклад, дослідження Рамблера, Комкона, ФГД, CyberAtlas та ін.). Така ситуація зумовлена низкою суб'єктивних і об'єктивних чинників. Звісно, існування мережі Інтернет — це доволі нове соціальне явище, тож маємо певні об'єктивні ускладнення в плані його дослідження. З іншого боку, ті дослідження, що їх здійснюють як в окремих країнах світу, так і на міжнародному рівні, не мають єдиної системи обчислення й вимірювань. Зазвичай такі дослідження мають фрагментарний, переважно комерційний характер. Проблемою є відсутність єдиної надійної методологічної бази дослідження Інтернет-користувачів, а також визначення того, що саме вимірює дослідник, кого і за якою методикою відносить до групи користувачів, різної методології проведення цих досліджень. Вибір різних суб'єктів дослідження зумовлює значні розбіжності в отриманих результатах. Таким чином, сьогодні нагальним є розроблення єдиної вираженої системи індикаторів користування всесвітньою мережею Інтернет як у світі загалом, так і в Україні зокрема.

Наше дослідження базується на даних щорічного всеукраїнського соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України та репрезентує все доросле населення країни за основними соціально-демографічними показниками, що надає можливість простежити процеси зміни інформатизаційної ситуації в країні в цілому та проаналізувати не лише кількісну, а й якісну динаміку залучення до Інтернет-мережі пересічних громадян.

Зауважимо, що моніторинг стосовно розвитку інформатизаційних процесів Інститут соціології НАН України здійснює від 2002 року, завдяки чому можна дослідити певні тенденції поширення процесів комп'ютеризації, інтернетизації, які мають місце в сучасному українському суспільстві, а також проаналізувати якісний склад українських користувачів.

Результати проведеного дослідження засвідчують поступове збільшення кількості користувачів комп'ютерними технологіями в Україні (табл. 6.1).

Таблиця 6.1

**Розподіл відповідей респондентів на запитання:
“Чи вмієте Ви користуватися комп'ютером?”, %**

Варіанти відповіді	2002	2003	2004	2005	2006
Не вмію і ніколи не користуюся	79,8	77,7	74,6	70,6	64,9
Умію працювати на комп'ютері, іноді користуюся	13,3	15,3	17,8	21,0	25,2
Постійно використовую в роботі	4,4	4,8	6,3	6,8	9,0
Інше	2,1	1,9	1,2	1,6	0,9
Не відповіли	0,4	0,2	–	–	–

Неухильно зростає кількість наших співгромадян, які вміють працювати на комп'ютері або постійно використовують його в роботі. Якщо у 2002 році на свою спроможність працювати на комп'ютері вказували 17,7% опитаних, то впродовж наступних чотирьох років частка осіб, тією чи тією мірою обізнаних з комп'ютером, зростає майже вдвічі й становила у 2006 році 34,2%. Зростає кількість користувачів комп'ютерами в Україні. До групи “користувачів комп'ютерами” ми включаємо респондентів, які при відповіді на

запитання “Чи вмієте Ви користуватися комп’ютером?” відповіді: “Умію працювати на комп’ютері, іноді користуюся” або “Постійно використовую в роботі” (рис. 6.1).

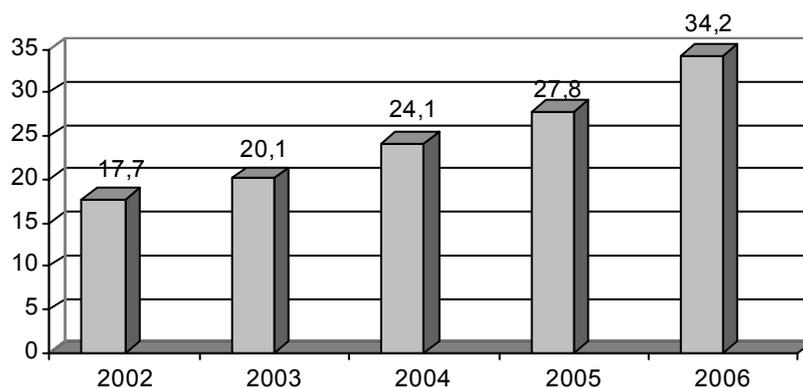


Рис. 6.1. Користувачі комп’ютером в Україні, %

Фіксуються певні відмінності в якісній динаміці збільшення користувачів комп’ютером серед чоловіків і жінок. Кількість жінок, які постійно використовують комп’ютер у роботі, неухильно росте й уже практично доганяє чоловіків за цим показником. У 2006 році частка таких жінок збільшилася більш як удвічі порівняно із 2002 роком і перевищила 8%. Серед чоловіків “активних” користувачів, тобто тих, хто “постійно використовує комп’ютер у роботі”, у 2002 році було 5,7%, а 2006 року цей показник зріс до 9,8%. Серед чоловіків більше тих респондентів, які “вміють працювати на комп’ютері й іноді використовують у роботі” порівняно із жінками. Так, 2006 року цей показник серед жінок збільшився на 10% порівняно із 2002 роком, а серед чоловіків — на 14%. Таким чином, можна відзначити, що серед чоловіків більше потенційних і реальних користувачів, тобто тих, хто деякою мірою ознайомлений з комп’ютерними технологіями взагалі, й тих, хто постійно використовує комп’ютери в роботі. Однак за результатами моніторингових досліджень процеси опанування комп’ютерних технологій жінками відбуваються сьогодні також доволі динамічно. Загальну динаміку збільшення кількості користувачів комп’ютером серед чоловіків і жінок в Україні унаочнює рис. 6.2.

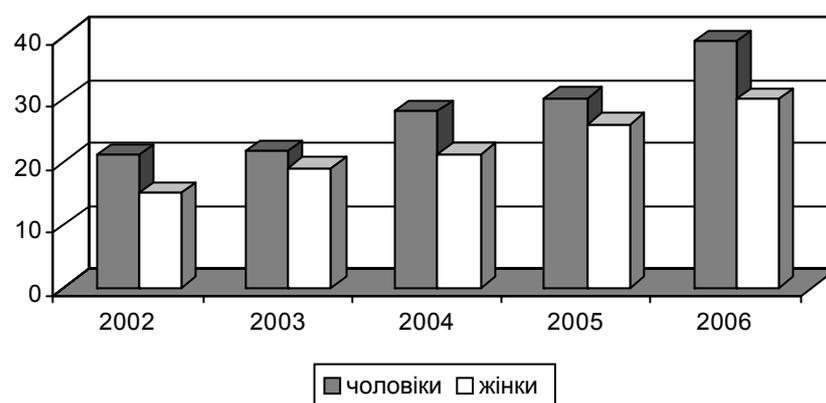


Рис. 6.2. Користувачі комп'ютером в Україні серед чоловіків і жінок, %

Показовим для відтворення якісних особливостей групи користувачів комп'ютерними технологіями, безперечно, є вікові характеристики респондентів. Результати моніторингу засвідчують, що в межах досліджуваного періоду *середній вік українських громадян*, які “не вміють і ніколи не користуються комп'ютером”, становить 50,1 року, тих, хто “вміє працювати на комп'ютері та іноді ним користується”, — 32,3 року, а тих, хто “постійно використовує” його в роботі, — 33,4 року. Слід зазначити, що група респондентів, які “не вміють і ніколи не користуються комп'ютером”, неухильно старішає впродовж досліджуваного періоду. Так, якщо у 2002 році середній вік цієї групи становив 48,7 року, то у 2006 році сягнув 52 років.

Дедалі більше українських громадян включаються в засвоєння новітніх інформаційних технологій. Хоча зазначимо, що дослідження різних вікових груп користувачів комп'ютерів в Україні підтверджують тезу, що комп'ютерні технології активніше засвоює молодь. Саме в молодших вікових групах спостерігається найактивніше освоєння комп'ютерних технологій. У віковій групі до 25 років цей показник залишається найвищим упродовж усього періоду досліджень. У 2006 році 73,9% молодих людей цієї вікової групи відзначили, що певною мірою ознайомлені з комп'ютером, у 2002 році

їх було 46,6%. Тобто можна констатувати, що практично три чверті молодих українських громадян уже опанували комп'ютерну грамоту. Зокрема, майже удвічі порівняно із 2002 роком побільшало молодих людей, які вказали, що постійно використовують комп'ютер у своїй роботі. Серед представників вікової групи від 25 до 35 років частка постійних користувачів становить 12,3% (2002 року — 7,9%). Частка осіб цієї вікової групи, котрі певною мірою ознайомлені з комп'ютером, збільшилася більш як удвічі порівняно із 2002 роком і сягнула у 2006 році 49%. В інших вікових групах кількість користувачів поки залишається на порядок нижчою, ніж серед осіб віком до 35 років. Утім, зазначимо, що останнім часом позитивна динаміка в опануванні комп'ютерних технологій спостерігається практично в усіх вікових групах, що безперечно свідчить про позитивні зміни в контексті залучення новітніх інформаційних технологій в українському суспільстві (рис. 6.3).

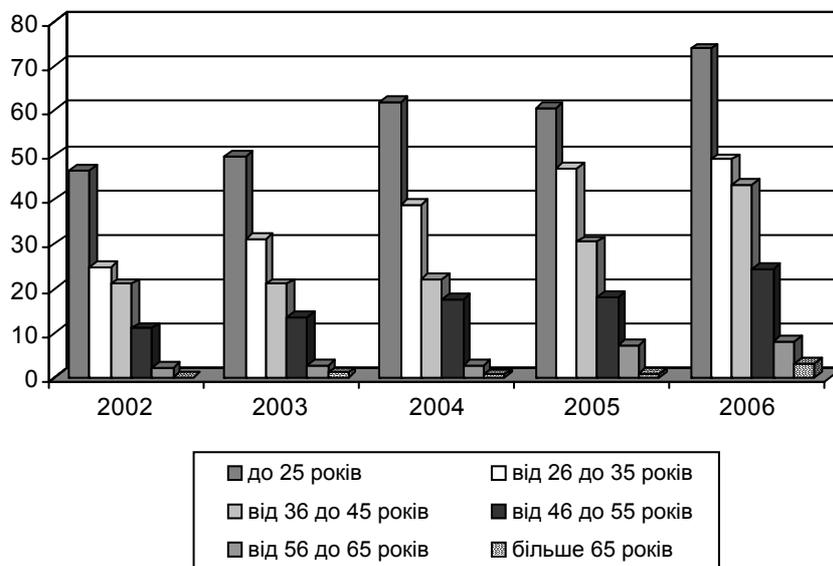


Рис. 6.3. Розподіл користувачів комп'ютером у різних вікових групах, %

Безумовно, кількість респондентів, які вміють працювати на комп'ютері, значно більша серед жителів столиці й мешканців великих міст країни. Це відбивають і результати моніторингових досліджень. Разом із тим слід зазначити, що сьогодні позитивна динаміка збільшення числа осіб, тією чи тією мірою ознайомих із комп'ютером, спостерігається не тільки у великих містах, а й у маленьких містечках і сільській місцевості. Дослідження фіксує досить високі темпи зростання частки осіб, які постійно використовують комп'ютер у роботі, серед мешканців інших населених пунктів України. Назагал частка користувачів комп'ютерними технологіями в сільській місцевості 2006 року становила 17,8% (у 2002 році — 6,2%), у невеликих містах — 40,1% (у 2002 році — 19,0%), у великих містах — 40,9% (у 2002 році — 24,8%), у Києві — 56,7% і 36% відповідно. Причому результати дослідження свідчать, що саме 2006 рік продемонстрував істотне збільшення числа українських громадян, які володіють комп'ютерною грамотністю не тільки і навіть не стільки серед столичних жителів, скільки серед жителів інших населених пунктів, і першою чергою цей якісний стрибок в опануванні комп'ютерних технологій стосується жителів невеликих міст і сільської місцевості (рис. 6.4).

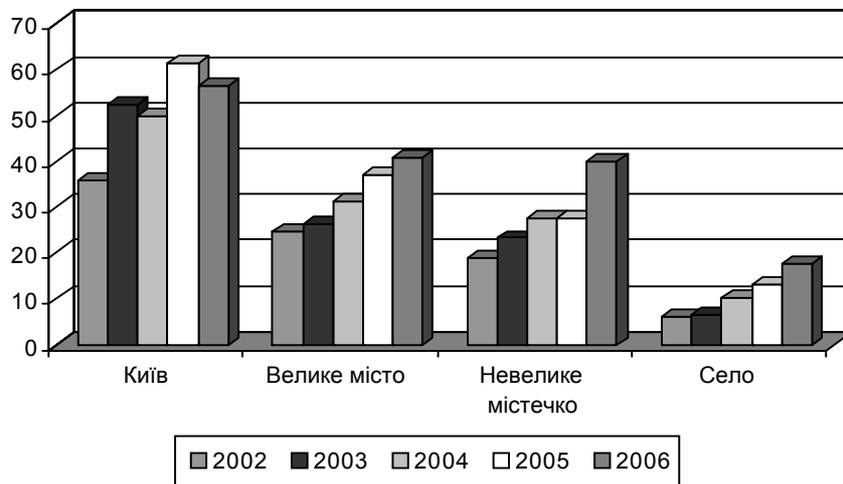


Рис. 6.4. Розподіл користувачів комп'ютером залежно від типів населених пунктів, %

Дослідження регіональних розбіжностей фіксує поступове зменшення кількості осіб, які “не вміють і ніколи не користуються комп’ютером” в усіх регіонах України, хоча існують певні регіональні особливості. Так, найдинамічніше збільшення кількості користувачів комп’ютерними технологіями за результатами дослідження до 2006 року спостерігалось в південному регіоні. У 2002 році частка жителів Півдня, які тією чи тією мірою ознайомлені з комп’ютером, становила 16,0%, а 2005 року зросла до 32,1%. Зокрема, відчутно побільшало жителів Південного регіону, які “постійно використовують комп’ютер у роботі”. У 2002 році їх було 1,9%, у 2003 році — 4,1%, а 2005 року частка жителів Півдня, які “постійно використовують комп’ютер у роботі”, вже становила 8,7%. Це був найвищий показник серед усіх регіонів України. В інших регіонах динаміка приросту кількості осіб, тією чи тією мірою ознайомих з комп’ютером, мала такі тенденції. Частка жителів Центрального регіону у 2002 році дорівнювала 19,4%, у 2006 році — 36,7%. Тобто збільшення впродовж досліджуваного періоду — 17,3%. У Східному регіоні цей показник збільшився на 7,3%, у Західному регіоні — на 11,3%, у Південному — на 16,1% (рис. 6.5).

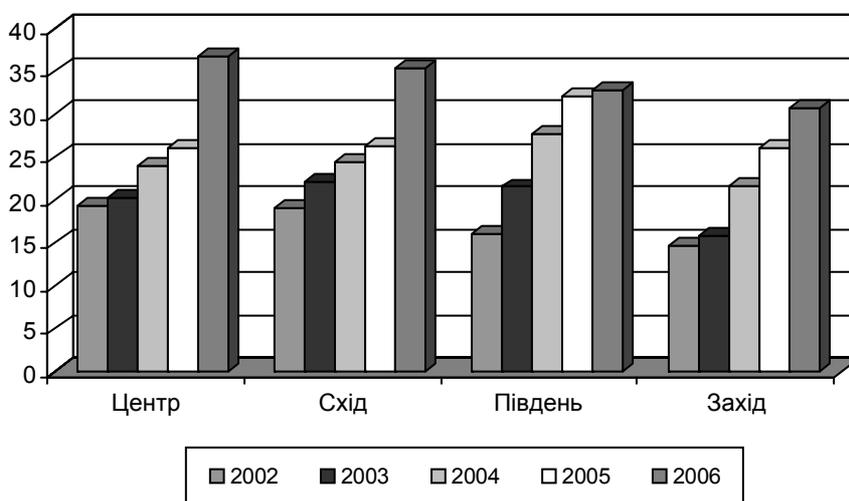


Рис. 6.5. Розподіл користувачів комп’ютером за різними регіонами України, %

У 2006 році ситуація змінилася, і першою чергою в Центральному та Східному регіонах, де відбувся істотний приріст кількості користувачів комп'ютерами. Так, у Центральному регіоні лише за рік частка жителів, які тією чи тією мірою володіють комп'ютерною грамотою, зросла у 2006 році порівняно із ситуацією 2005 року більш як на 10%. Ситуація в Західному й Південному регіонах у 2006 році менш динамічна. Хоча загалом слід зазначити, що кількісно українських громадян, які опановують комп'ютерну грамотність в усіх регіонах країни, впродовж досліджуваного періоду стає дедалі більше.

Відповідаючи на запитання: “З якою метою Ви використовуєте комп'ютер?”, більшість користувачів комп'ютером зазначили, що працюють на комп'ютері або відпочивають біля ПК: слухають музику, дивляться фільми тощо (табл. 6.2).

Таблиця 6.2

**Розподіл відповідей респондентів на запитання:
“З якою метою Ви використовуєте комп'ютер?”***

Варіанти відповіді	%
Моя робота пов'язана з виконанням виробничих завдань на комп'ютері	43,7
Я часто виконую навчальні завдання на комп'ютері	24,3
Я часто слухаю музику, дивлюся фільми на комп'ютері	42,9
Я часто граю в комп'ютерні ігри	33,9
Я часто читаю електронні тексти (книжки, енциклопедії)	10,8
Мое хобі малювати, редагувати фотографії на комп'ютері тощо	7,9
Підробляю (друкую на замовлення, переписую інформацію на компакт-диски тощо)	5,6
Користуюся Інтернетом	32,0
Інше	2,1

* Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

Близько 32% респондентів зазначили, що використовують комп'ютер, щоб користуватися Інтернетом. Саме обізнаність з комп'ютерними технологіями, володіння комп'ютером зумовлює сьогодні можливість включення в сучасний інформаційний простір і залучення до всесвітньої мережі Інтернет. Результати моніторингу

фіксують поступове зростання впродовж досліджуваного періоду кількості українських користувачів Інтернетом. Зазначимо, що до групи *користувачів Інтернетом* ми включили респондентів, які обрали хоча б один із таких варіантів відповіді: “користуюся вдома”, “користуюся на роботі”, “користуюся в Інтернет-кафе, комп’ютерному клубі тощо” при відповіді на запитання: “Чи користуєтеся Ви Інтернетом?” (рис. 6.6).

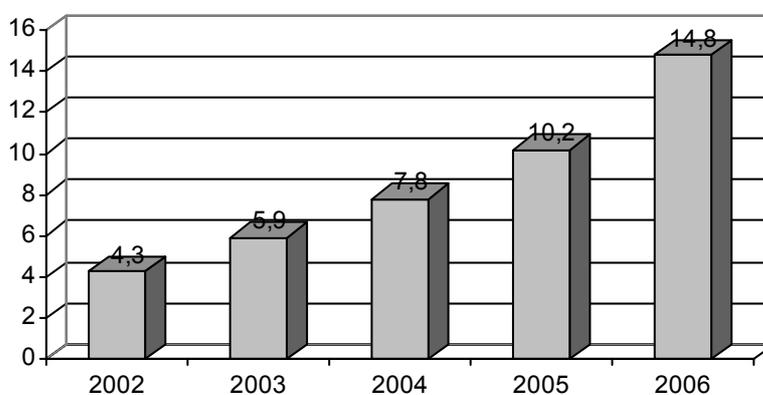


Рис. 6.6. Користувачі Інтернетом в Україні, %

У 2006 році частка респондентів, які вказали, що користуються послугами Інтернету, зросла більш як утричі порівняно із 2002 роком і становить, за даними моніторингового дослідження, 14,8% серед опитаних громадян України. Зокрема, майже вдвічі побільшало тих, хто користується Інтернетом “в Інтернет-кафе, комп’ютерних клубах, тощо” або “користуються Інтернетом вдома”, тобто мають доступ до Інтернет-мережі за власний кошт. У 2006 році істотно збільшилася кількість громадян України, які зазначили, що користуються Інтернетом удома. Навіть порівняно із 2005 роком цей показник збільшився більш як удвічі. Повільніше зростає кількість осіб, які мають корпоративний доступ до мережі, тобто можливість користування Інтернетом за місцем роботи, навчання тощо, й не оплачують ці послуги з власного (або сімейного) бюджету. І якщо до 2006 року саме робоче місце залишалось основним

джерелом доступу до всесвітньої мережі для більшості українських користувачів Інтернетом, то сьогодні спостерігається певна зміна цих тенденцій (табл. 6.3).

Таблиця 6.3

**Відповіді респондентів на запитання:
“Чи користуєтеся Ви Інтернетом?”, %**

Варіанти відповіді	2002	2003	2004	2005	2006
Не маю потреби і ніколи не користуюся	80,7	81,8	83,1	80,7	74,3
Маю потребу, але не маю можливостей користуватися	13,0	12,1	9,1	9,3	10,7
Користуюся вдома	1,1	1,3	2,5	3,4	6,9
Користуюся на роботі	2,6	2,9	3,3	4,0	5,3
Користуюся в Інтернет-кафе, комп'ютерному клубі тощо	1,5	2,4	3,0	3,7	3,8
Не відповіли	2,4	0,4	–	–	–

Інтернет приходять в дім українських громадян. Результати дослідження свідчать, що постійно зменшується група респондентів, які вказують, що не мають потреби і ніколи не користуються Інтернетом. Аналіз якісного складу групи користувачів Інтернетом засвідчує, що серед тих, хто ним користується, чоловіків більше, ніж жінок, причому ця тенденція зберігається впродовж усього досліджуваного періоду. Так, кількість жінок, які зазначили, що користуються Інтернетом, у 2006 році збільшилося порівняно з 2002 роком більш ніж утричі, а чоловіків — майже в чотири рази.

За результатами моніторингу середній вік респондентів досліджуваних груп залишається практично незмінним і становить у групі тих, хто “не має потреби і ніколи не користується” — 48,5 року, в групі тих, хто “має потребу, але не має можливостей користуватися” — 34,3 року, в групі користувачів Інтернетом — 32,1 року. Фіксуються також певні вікові відмінності, пов'язані з місцем користування Інтернетом.

Неухильно молодшає група тих користувачів, які відвідують Інтернет-кафе, комп'ютерні клуби тощо, а також тих, хто задля залучення до Інтернет-мережі використовує домашні комп'ютери.

Разом із тим фіксується збільшення вікових показників корпоративних користувачів Інтернетом (тобто тих осіб, які користуються Інтернетом на своєму робочому місці). Молодь активніше використовує будь-які можливості користування Інтернетом.

Дослідження різних вікових груп українських користувачів Інтернетом виявило такі тенденції (рис 6.7).

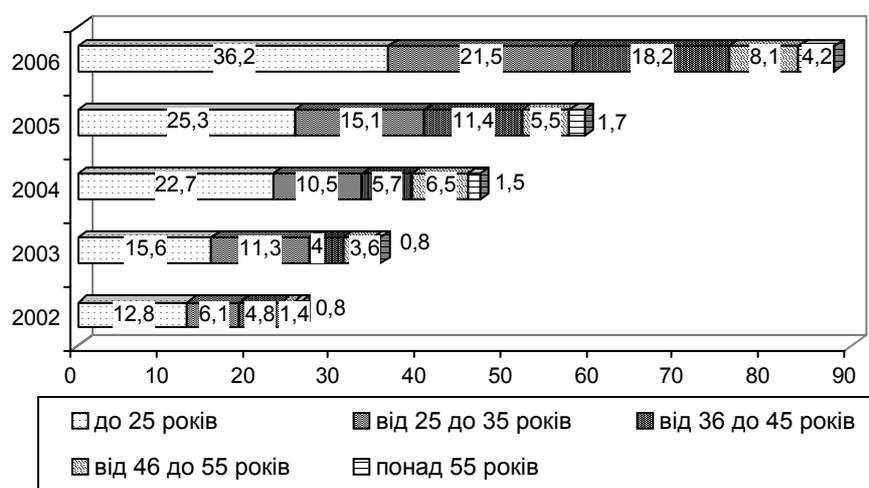


Рис. 6.7. Розподіл користувачів Інтернетом за віковими групами, %

Збільшення кількості користувачів Інтернетом спостерігається майже в усіх вікових групах. Однак найактивнішими користувачами Інтернет-мережі й нині залишається саме молодіжна вікова група. Так, у віковій групі до 25 років частка користувачів Інтернетом у 2006 році збільшилася на 23,8% порівняно з 2002 роком, у віковій групі від 25 до 35 років — на 15,4%, у віковій групі від 36 до 45 років — на 13,4%. Причому у 2006 році відзначається досить істотне збільшення кількості користувачів Інтернетом практично в усіх вікових групах порівняно із попередніми роками.

Слід також зазначити, що позитивна динаміка залучення до всесвітньої мережі Інтернет спостерігається в усіх типах населених пунктів України. Зростання інформаційної культури українських

громадян сприяє значному зменшенню кількості тих громадян, які, відповідаючи на запитання: “Чи користуєтеся Ви Інтернетом?”, відзначають, що “не мають потреби і ніколи не користувалися Інтернетом”. Серед киян у 2002 році таких респондентів було 71,9%, у 2006 році — 45,8%; серед жителів великих міст — 78,6% і 69,1% відповідно; серед жителів невеликих міст — 79,5% і 72,3%; серед жителів сіл — 92% і 87,1% відповідно. Зменшується й кількість тих людей, які “мають потребу, але не мають можливості користуватися Інтернетом” практично в усіх населених пунктах.

Результати дослідження фіксують збільшення кількості користувачів Інтернетом як у великих містах України, так і в невеликих містечках і навіть у сільській місцевості. Хоча, безумовно, темпи збільшення кількості користувачів Інтернет-мережі трохи різняться залежно від типу поселення респондентів. У столиці кількість користувачів Інтернетом у 2006 році збільшилася більш як удвічі порівняно з 2002 роком. У великих містах, невеликих містечках і сільській місцевості кількісне збільшення користувачів Інтернетом має ще інтенсивнішу динаміку. Причому чим менший населений пункт, тим більший приріст користувачів спостерігається впродовж досліджуваного періоду. Так, частка користувачів серед жителів невеликих міст протягом п'яти років зросла більш як утричі — у 2002 році становила 3,9%, а 2006 року сягнула 14,7%. У сільській місцевості кількість користувачів за досліджуваний період зросла більш як у чотири рази. Результати моніторингового дослідження 2002 року фіксували практичну відсутність користувачів Інтернетом серед сільських жителів (0,7%), а в 2006 році цей показник становив 5,2%. Однак найбільше користувачів Інтернетом і сьогодні фіксується в Києві: у 2006 році частка їх становила 37,5% серед жителів столиці.

Результати моніторингу також засвідчують певне зростання кількості користувачів Інтернетом в усіх регіонах країни (рис. 6.8).

До 2006 року найактивніше опанування Інтернет-мережі, як і комп'ютерних технологій загалом, спостерігалось, за результатами моніторингу, серед жителів Південного регіону. Так, у 2005 році частка користувачів Інтернетом на Півдні збільшилася більш як на 9,3% порівняно із 2002 роком. Водночас серед жителів Східного регіону країни порівняно з іншими регіонами країни у 2005 році спостерігалось зниження темпів залучення (користування) до Інтернет-

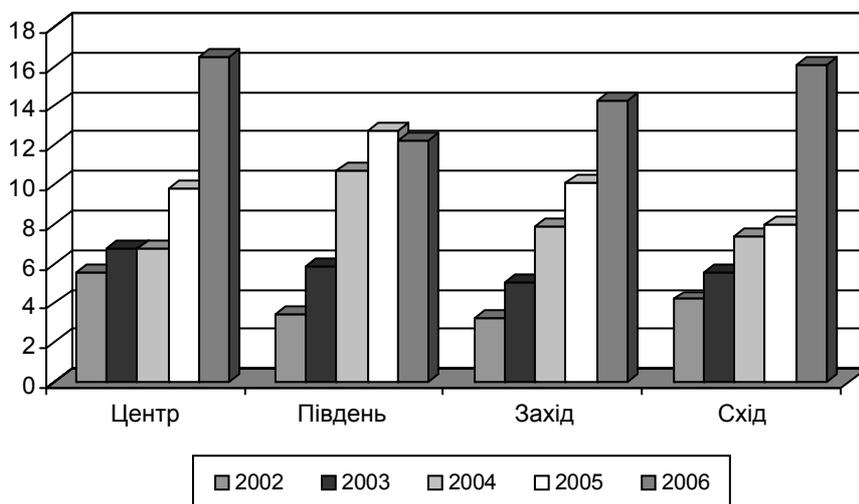


Рис. 6.8. Розподіл користувачів Інтернетом залежно від регіонів України, %

мережі. Необхідно зазначити, що саме цей регіон до 2006 року залишався регіоном із найменш динамічними темпами приросту користувачів Інтернет-технологіями порівняно з іншими регіонами країни. Так, у Східному регіоні в 2005 році частка користувачів збільшилася на 3,8% порівняно із 2002 роком, у Центральному регіоні — на 4,2%, у Західному — на 6,9%. Однак у 2006 році відбулися істотні зміни темпів залучення до Інтернет-мережі жителів практично в усіх регіонах, за винятком Південного, який не лише втратив лідерство в опануванні Інтернетом, а й посів останнє місце за кількістю користувачів мережею в регіоні 2006 року. Передують за опануванням Інтернету у 2006-му Центральний та Східний регіони, причому у Східному регіоні лише за один рік кількість користувачів Інтернетом збільшилася більш як удвічі, тоді як раніше динаміка поповнення Інтернет-користувачів з цього регіону була мінімальною.

Вище наводилися показники залучення наших співгромадян до користування Інтернетом за результатами відповіді на запитання моніторингу Інституту соціології НАНУ: “Чи користуєтеся Ви Інтернетом?”, тобто респондент мав можливість фіксувати різні варіанти користування Інтернетом (на роботі, вдома тощо). Окремі дослі-

дження фіксують інтенсивність користування Інтернетом саме для особистих потреб респондентів. Так, результати міжнародного соціологічного порівняльного дослідження (European Social Survey), в якому беруть участь 24 країни Європи, а від 2005-го і Україна, відтворюють таку картину використання Інтернету чи електронної пошти для особистих потреб (табл. 6.4).

Таблиця 6.4

Розподіл відповідей респондентів—учасників ЄСД на запитання:
“Як часто Ви користуєтеся Інтернетом або електронною поштою
для особистих потреб?”, %

Країна Європи	Не маю доступу (до Інтернету) ні на роботі, ні вдома	Ніколи не користуюся	Менше одного разу на місяць	Раз на місяць	Кілька разів на місяць	Раз на тиждень	Кілька разів на тиждень	Щодня	Відмова	Не знаю	Немає відповіді	Середній бал
Австрія	20,3	10,8	3,7	4,2	6,5	6,1	19,2	29,0	0,0	0,3	0,0	4,06
Бельгія	32,8	15,4	2,2	1,7	3,9	5,3	12,5	25,9	0,1	0,1	0,0	3,25
Велика Британія	29,6	18,3	2,8	2,8	5,0	6,6	13,3	21,5	0,0	0,1	0,0	3,16
Греція	66,3	14,0	1,6	1,1	3,2	2,7	5,6	5,5	0,0	0,1	0,0	1,19
Данія	17,8	12,3	2,6	1,9	2,2	5,9	13,9	43,2	0,0	0,1	0,2	4,49
Естонія	30,2	21,7	2,0	2,3	4,0	4,6	9,9	25,1	0,0	0,0	0,2	3,07
Ірландія	32,8	19,2	3,2	3,0	4,0	6,6	13,6	17,5	0,0	0,0	0,2	2,88
Ісландія	8,6	9,3	3,3	1,7	4,3	2,9	13,5	54,7	0,0	0,5	1,0	5,25
Іспанія	39,9	23,7	1,9	1,7	2,8	4,2	9,3	16,2	0,0	0,1	0,3	2,35
Люксембург	31,8	14,1	2,1	2,6	5,2	6,7	12,4	24,9	0,0	0,1	0,0	3,30
Нідерланди	17,6	14,6	2,8	2,5	4,6	7,3	17,7	33,0	0,0	0,0	0,0	4,19
Німеччина	37,0	9,0	2,9	1,8	7,0	6,2	16,5	19,4	0,0	0,1	0,0	3,15
Норвегія	18,4	11,0	1,9	2,1	3,8	6,9	18,5	37,3	0,1	0,0	0,0	4,43
Польща	53,2	16,4	1,8	2,3	4,1	3,9	6,3	12,0	0,0	0,0	0,0	1,85
Португалія	43,8	32,9	1,5	1,4	2,0	3,7	6,3	8,3	0,0	0,1	0,0	1,63
Словаччина	47,2	17,7	2,5	2,8	4,8	5,2	8,1	11,0	0,1	0,3	0,3	2,03
Словенія	18,7	37,2	3,0	2,1	5,2	4,2	11,4	18,0	0,0	0,1	0,1	2,86
Угорщина	41,8	22,3	1,6	1,5	3,6	3,6	10,2	15,5	0,0	0,0	0,0	2,32
Україна	74,8	18,0	1,7	0,8	1,4	0,8	1,1	1,0	0,0	0,5	0,0	0,47
Фінляндія	20,2	17,8	3,3	3,5	5,4	6,9	14,9	28,0	0,0	0,0	0,0	3,77
Чеська Республіка	41,2	20,8	3,6	2,4	7,1	4,3	11,0	8,5	0,0	1,1	0,0	2,13
Швейцарія	24,8	11,8	1,8	2,3	4,5	6,5	16,4	31,8	0,0	0,0	0,0	3,94
Швеція	20,7	9,5	2,6	3,8	6,1	7,3	16,4	33,7	0,0	0,0	0,0	4,21

Найчастіше при відповіді на запитання “Як часто Ви користуєтеся Інтернетом чи електронною поштою для особистих потреб?” стверджували, що “не мають доступу до Інтернету” та “ніколи ним не користуються” саме жителі України — 93%. Водночас серед опитаних представників інших країн фіксувалися результати, які засвідчували, що не більш як п'ята частина їхнього населення давала негативну відповідь стосовно свого користування Інтернетом чи електронною поштою для особистих потреб. Наприклад, в Ісландії такі відповіді дали 18%, у Норвегії — 29%, у Данії — 30% громадян.

Як засвідчують результати порівняльного аналізу, Україна має найнижчий середній бал використання Інтернету чи електронної пошти для особистих потреб серед країн, які брали участь в ЄСД. Лише 4% наших громадян зазначили, що користуються Інтернетом для особистих потреб (не для роботи) кілька разів на тиждень або щодня. У Данії таких 57%, у Норвегії — 56%, у Швеції — 50%, у Швейцарії — 46%, в Австрії — 46%, у Фінляндії — 43%. Ситуація з використанням Інтернету не для роботи, а для особистих потреб щодня або кілька разів на тиждень краща, ніж в Україні, навіть у таких далеко не передових інформаційних країнах, як Греція (12%), Португалія (15%), Чехія (17%), Польща (19%) [18].

Однак попри те, що порівняно з багатьма розвиненими країнами Європи й світу, рівень долучення пересічних мешканців до використання інформаційних технологій в Україні залишається досить низьким, слід зазначити, що в країні фіксується загальна позитивна динаміка основних складових цього процесу, й особливо впродовж останніх років. Всеукраїнський моніторинг результатів інтенсивності користування Інтернетом в Україні це засвідчує. Упродовж досліджуваного періоду в країні постійно збільшується кількість осіб, які зазначають, що користувалися послугами все-світньої мережі Інтернет упродовж останніх 30 днів (табл. 6.5).

За даними моніторингу ІС НАНУ сьогодні трохи більше за половину користувачів Інтернетом в Україні мають можливість, а також і потребу користуватися мережею більш-менш регулярно. Серед українських користувачів Інтернетом 2004 року 52,5% вказали, що користувалися Інтернетом, 30,5% — що користувалися E-mail

Таблиця 6.5

Інтенсивність користування Інтернетом в Україні, %

Рік	Загальна кількість респондентів-користувачів Інтернетом	Кількість респондентів, які користувалися послугами Інтернет-мережі впродовж останніх 30 днів. У тому числі:	
		Інтернетом	E-mail
2002	4,3	2,6	2,2
2003	5,9	3,2	2,5
2004	7,8	4,6	3,0
2005	10,2	5,1	3,4
2006	14,8	8,2	5,5

упродовж останніх 30 днів (у 2006 році 44,4% та 29% відповідно). З тих громадян країни, які регулярно відвідують Інтернет, за результатами дослідження 2004 року, більшість має можливість користуватися Інтернетом удома (71,1%), на роботі (55,9%), в Інтернет-кафе, комп'ютерному клубі (37,7%). Така тенденція простежується впродовж усього досліджуваного періоду. Таким чином, можна зазначити, що саме наявність домашнього комп'ютера, підключеного до всесвітньої мережі, виступає сьогодні одним із вагомих чинників, який сприяє інтенсифікації процесу користування Інтернетом. Крім того, інтенсифікація користування Інтернетом пов'язана з високим рівнем володіння комп'ютерними технологіями взагалі — так, серед тих, хто користувався Інтернетом упродовж останнього місяця, 63,7% респондентів вказали, що постійно використовують комп'ютер у роботі.

Отримані результати демонструють певне зростання інтенсивності користування мережею Інтернет в сучасному українському суспільстві як позитивний показник розгортання процесів інформатизації соціального простору України та фіксують тенденції розширення використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій пересічними громадянами.

Наступним кроком нашого дослідження є аналіз рівня впливу новітніх інформаційних технологій на особливості стилю життя сучасного пересічного мешканця країни.

ІКТ у житті пересічного жителя України

Звісно, доступ до світових інформаційних ресурсів, що його відкривають можливості всесвітньої мережі, радикально трансформуює простір і час, фундаментальні виміри людського життя. М. Кастельс зауважує, що інформаційно-технологічна революція спровокувала виникнення інформаціоналізму як матеріальної основи нового суспільства [19]. За інформаціоналізму виробництво благ, здійснення влади і створення культурних кодів стали залежними від технологічних можливостей суспільства з інформаційною технологією як серцевиною цих можливостей. Інформаційна технологія перетворилася на необхідний інструмент ефективної реалізації процесів соціально-економічної реструктуризації. Особливо важливою була її роль у розвитку електронних мереж як динамічної, здатної до саморозвинення форми організації людської активності. При цьому виробництво благ, здійснення влади, створення культурних кодів, формування норм і цінностей стають залежними від технологічних можливостей суспільства з інформаційною технологією як базисним підґрунтям цих можливостей. Відбувається становлення і розвиток електронних мереж як форми організації людської активності, що трансформує всі сфери суспільного й економічного життя.

Сьогодні нашу добу характеризує поява інноваційних засобів інформаційного обміну, розвиток мережних інформаційних технологій. Цим терміном можна позначити такі комп'ютерні мережі, як Інтернет; глобальні off-line FTN-мережі (наприклад, FIDOnet), комерційні галузеві інформаційні мережі (наприклад, Relcom), а також основні види комунікацій через мережі — on-line web-сторінки (частини WWW — World Wide Web); телеконференції (сегмент мереж, в якому користувачі можуть обмінюватися думками з певної проблематики, ставити запитання й отримувати відповіді); електронна пошта (повідомлення, що надходять на особисту електронну адресу користувача); інформаційні розсилки, що діють за принципом паперових розсилок періодичних видань (на особисту електронну адресу можна замовити періодичну доставку інформації з питання, що цікавить). Ці процеси можна порівняти з інформаційною революцією, що знаменує нову добу, яка: змінює способи

формування, організації й поширення інформації; забезпечує анонімність й інтерактивність взаємодії; створює нові форми відносин, у тому числі взаємин соціальних суб'єктів; створює технологічну базу для об'єднання інтелектуальних здібностей і духовних сил усього людства; впливає на всі сфери життя суспільства (політику, економіку, культуру тощо); надає найширший спектр інформаційної бази; відкриває можливості активного, практично необмеженого, пошуку необхідної інформації.

Доступність до світових інформаційних ресурсів, яку вможливорює всесвітня мережа, безумовно, впливає на всі царини суспільства і їх не можна недооцінювати. Завдяки технічним і соціальним особливостям інформаційно-комунікативних технологій трансформують сучасне життя особистості, змінюють логіку відносин соціальних суб'єктів в сучасному суспільстві.

Звернімося до результатів нашого дослідження (Омнібус—2006). Щоб зрозуміти особливості входження в життєвий стиль сучасного українського громадянина новітніх інформаційних технологій, ми виокремлюємо кілька ракурсів і груп для аналізу. По-перше, це розподіл на групи за віковими ознаками. Як свідчать наші попередні дослідження, молодь набагато активніше й динамічніше засвоює сучасні інформаційно-комунікативні технології [20]. З огляду на це постає питання: наскільки глибоко інформаційні технології проникають сьогодні в життя мешканців України та чи впливають вони на стильові особливості життя *“молоді”* (до цієї групи було включено респондентів віком від 18 до 35 років) та *“дорослих”* (респонденти віком понад 35 років), і якщо впливають, то яким чином. Крім того, ми вирізняємо для дослідження стильових особливостей інший зріз аналізу, а саме — групи користувачів та некористувачів інформаційними технологіями. Причому акцент в перебігу аналізу ми будемо робити саме на розгляді молодіжної групи користувачів інформаційними технологіями.

Результати дослідження засвідчують, що понад половину молодих мешканців України, а саме 61% респондентів віком від 18 до 35 років сьогодні володіють комп'ютерною грамотою та працюють на комп'ютері. Динаміка зростання засвідчує, що впродовж останніх п'яти років лави молоді, яка вміє працювати на комп'ютері, зросли практично вдвічі. Якщо 2002 року лише третина молоді віком від

18 до 35 років вказувала на свою обізнаність з комп'ютерними технологіями, то у 2006 році вже понад 61%. Серед дорослих мешканців України лише 20,9% у 2006 році вказали, що володіють комп'ютером. Це втричі менше, ніж серед опитаної молоді (табл. 6.6).

Таблиця 6.6
Розподіл користувачів інформаційно-комунікативними технологіями в Україні за віком, %

Вікові групи	Користувачі комп'ютером					Користувачі Інтернетом				
	2002	2003	2004	2005	2006	2002	2003	2004	2005	2006
Молодь	34,8	39,8	49,8	53	61	9,1	13	16,3	19,7	28,6
Дорослі	9,7	10,7	11,9	15	20,9	2,5	2,6	4,3	5,7	9,1
Загалом по Україні	17,7	20,1	24,1	27,8	34,2	4,3	5,9	7,8	10,2	14,8

Частка користувачів Інтернетом у країні також неухильно зростає, причому найдинамічніше збільшення кількості користувачів Інтернетом в Україні спостерігається саме серед молоді віком до 35 років. За п'ять років дослідження кількість молоді, яка користується комп'ютером, зросла більш як утричі. Причому найдинамічніше залучення до Інтернет-технологій спостерігається кілька останніх років. Так, у 2006 році частка користувачів Інтернетом серед молоді збільшилася лише порівняно з 2005 роком приблизно на 10%, тоді як до 2005 року результати дослідження фіксували повільніші темпи зростання. Серед дорослих мешканців України кількість користувачів Інтернетом зростає значно повільніше: у 2006 році це лише 9,1% опитаних респондентів віком понад 35 років, що майже втричі менше проти кількості користувачів Інтернетом серед молоді. Новітні інформаційно-комунікативні технології входять у повсякденне життя сучасної людини, змінюють його, трансформують життєві звички, способи спілкування, стилі функціонування в сучасному світі. Новітні технології впливають на зміну стилю життя сучасної людини, і першою чергою це стосується молодих генерацій, які активно засвоюють та застосовують новітні технології у реальному житті: в роботі, в навчанні,

у спілкуванні та відпочинку. Комп'ютер та Інтернет поступово входять в усі сфери сучасного життя.

Аналіз динаміки зростання кількості користувачів Інтернетом серед молоді порівняно з дорослими мешканцями України засвідчує поступове й доволі істотне зниження серед української молоді групи тих респондентів, які відзначають, що “не мають потреби і ніколи не користуються Інтернетом” (табл. 6.7).

Таблиця 6.7
Розподіл відповідей на запитання: “Чи користуєтесь Ви Інтернетом?”
серед молоді та дорослих мешканців України, %

Варіанти	2002			2003			2004			2005			2006		
	Молодь	Дорослі	Загалом по Україні												
Не маю потреби і ніколи не користуюся	70,2	87,9	80,7	67,6	88,7	81,8	66,9	90,3	83,1	62,9	89,2	80,7	51	85,1	74,5
Маю потребу, але не маю можливостей користуватися	20,7	9,5	13,0	19,1	8,7	12,1	16,8	5,4	9,1	17,4	5,1	9,3	20,4	5,8	10,7
Користуюся вдома	1,8	0,8	1,1	3,1	0,5	1,3	5,2	1,2	2,5	5,9	2,2	3,4	12	4,4	7
Користуюся на роботі	5,4	1,3	2,6	5,3	1,7	2,9	4,6	2,6	3,3	6,3	2,8	4,0	7,7	4,1	5,3
Користуюся в Інтернет-кафе, комп'ютерном у клубі тощо	3,6	0,4	1,5	6,7	0,4	2,4	8,1	0,5	3,0	9,5	0,7	3,7	10,6	0,5	3,8

У 2005 році частка респондентів, які відзначили, що “не мають потреби і ніколи не користуються Інтернетом”, серед молоді знизилася майже на 10%, а у 2006-му майже на 20% порівняно з показниками 2002 року. Водночас серед дорослих мешканців України цей показник залишався незмінним практично весь період моніторингового дослідження й коливався на рівні 88%–90% аж до

2005 року включно. Лише у 2006 році відбулися певні, хоч і незначні зрушення, й уже 85,1% респондентів віком понад 35 років проти 89,2% у 2005 році зазначили, що вони “не мають потреби і ніколи не користуються Інтернетом”. Тобто позитивні зміни в ставленні до можливостей входження інформаційно-комунікаційних технологій у своє повсякденне життя наявні серед усіх верств українських громадян, проте в молодіжному середовищі ці процеси відбуваються динамічнішими темпами.

Аналіз поширення певних місць використання Інтернету серед користувачів всесвітньої мережі у 2006 році засвідчив, що найчастіше мешканці України користуються Інтернетом удома: це стосується й української молоді, й дорослого населення (рис. 6.9).

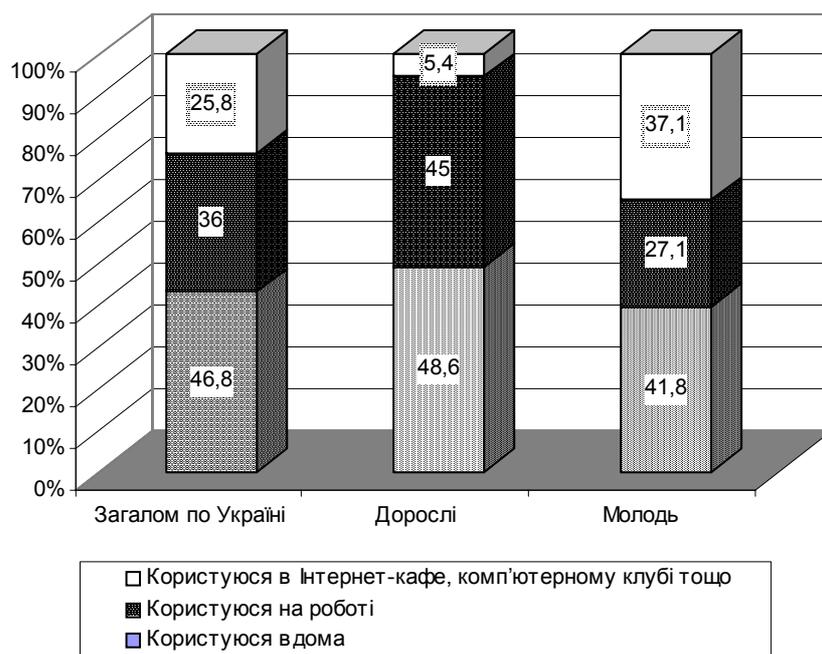


Рис. 6.9. Розподіл місць користування Інтернетом серед користувачів Інтернетом в Україні

Молодь активно використовує будь-яку можливість залучення до Інтернет-мережі. Тим паче це стосується таких місць користування Інтернетом, як кафе, комп'ютерні клуби тощо. Таку відповідь дали 37,1% молодих користувачів. Серед дорослих мешканців країни цей вибір був мінімальним. Дорослі користувачі долучаються до Інтернет-технологій переважно вдома чи на робочому місці.

Результати дослідження стильових особливостей життя населення України (Омнібус–2006) засвідчують певні вікові відзнаки. Аналіз особливостей проведення вільного від основної й домашньої роботи часу засвідчив, що українська молодь, як і більшість громадян України, найчастіше проводить його перед телевізором або біля радіоприймача, відвідує та приймає гостей, а також читає газети та журнали (табл. 6.8).

Разом із тим слід зауважити, що молодь зазвичай частіше обирає активні види відпочинку — прогулянки на природі (56,5%), заняття фізкультурою та спортом (22,3%), цікавиться різноманітними культурними заходами (23,6%). Серед дорослих ці показники принаймні втричі менші. Крім того, молодь значно активніше у вільний час долучається до використання інформаційних технологій — користування комп'ютером та Інтернетом. Так, 26,8% молодих мешканців України зазначили, що у вільний від основної й домашньої роботи час вони працюють на комп'ютері — друкують, виконують завдання, читають тексти, переглядають фільми, прослуховують музику, грають в комп'ютерні ігри, користуються Інтернетом тощо. Серед дорослих мешканців країни таку відповідь дали лише 6,7% респондентів, що майже вчетверо менше, ніж серед молоді.

Якщо проаналізувати тих респондентів, які зазначили, що користуються комп'ютером (група користувачів комп'ютером), то серед молодих користувачів комп'ютером 66,5% зазначили, що у вільний час вони працюють на комп'ютері (друкують, виконують завдання, читають тексти, переглядають фільми, прослуховують музику, грають в комп'ютерні ігри, користуються Інтернетом тощо). Серед дорослих користувачів цей показник становить 49,3%. Інакше кажучи, практично половина користувачів комп'ютерами зазначила, що проводить свій вільний час біля комп'ютера. Серед респондентів, які вказали, що користуються Інтернетом, цей показник серед молоді ще більший — 72,4%, тобто практично три чверті молодих

Таблиця 6.8

Розподіл відповідей на запитання: “Нижче наведено перелік занять людей у вільний від основної та домашньої роботи час. Відмітьте ВСІ ті з них, якими Ви займалися періодично впродовж останніх 12 місяців”, %*

Пропоновані варіанти	Загалом по Україні N = 1800	Молодь N = 605	Дорослі N = 1195
Заняття фізкультурою та спортом вдома, на спортмайданчику	12,6	22,3	7,7
Відвідування фітнес-центрів, басейнів, тренажерних залів, масажних кабінетів	3,3	6,0	1,9
Рибальство, мисливство	12,3	15,4	10,7
Прогулянки на свіжому повітрі, у скверах, парках, відпочинок на природі	40,4	56,5	32,2
Відвідування кінотеатрів, концертів, театрів, музеїв, виставок та інших культурних закладів	13,3	23,6	8,1
Прийом і відвідування гостей	61,3	67,8	58,1
Відвідування кафе, барів, дискотек	20,1	43,3	8,4
Відвідування ресторанів, нічних клубів, казино, більярдних, залів ігрових автоматів тощо	5,9	12,1	2,8
Читання газет і журналів	61,7	56,5	64,4
Читання художньої літератури	32,4	35,0	31,0
Відвідування бібліотек	7,8	13,1	5,1
Перегляд телепередач, прослуховування радіопередач	81,4	81,5	81,3
Заняття художньою самодіяльністю, ужитковою творчістю, раціоналізаторством, винахідництвом тощо	3,4	4,8	2,8
Навчання (навчання на вечірньому чи заочному відділенні навчальних закладів, на курсах тощо)	6,7	15,4	2,3
Праця за сумісництвом, підробіток	12,0	15,0	10,5
Громадська робота (участь у заходах партій, профспілок, громадських організацій, рухів, волонтерська робота тощо)	4,4	5,0	4,2
Робота на комп'ютері (друкування, виконання завдань, читання, перегляд фільмів, прослуховування музики, ігри, користування Інтернетом тощо)	13,4	26,8	6,7
Відвідування магазинів та ринків (ознайомлення з товарами, купівля товарів)	52,8	55,9	51,2
Перегляд відео, DVD, прослуховування музики	24,4	45,8	13,6
Просто відпочинок, без жодного заняття	50,8	50,4	51,0
Інше	1,5	1,3	1,6

* Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

користувачів Інтернетом зазначили, що проводять біля комп'ютера свій вільний час. Серед дорослих користувачів Інтернетом таких 45,9%.

За результатами опитування саме молодь значно частіше витрачає гроші на “придбання і прокат відеокaset, аудіокaset, дисків тощо”, аніж дорослі мешканці країни (26,8% опитаної молоді проти 12,2% серед дорослих мешканців України) та на “оплату послуг доступу до Інтернету, електронної пошти” (10,9% молоді проти 3,0% серед дорослого населення України).

Якщо ж проаналізувати групу респондентів, які зазначили, що вони користуються комп'ютером, то серед молодих користувачів 37,8% вказали на те, що вони витрачали гроші впродовж останніх 12 місяців на придбання і прокат відеокaset, аудіокaset, дисків тощо, а серед молоді, яка зазначила, що користується Інтернетом, 39,3% вказали, що витрачали гроші на оплату послуг доступу до Інтернету, електронної пошти. Серед дорослих користувачів ці показники відповідно 33,1% та 28,4%.

Сучасні інформаційні технології впливають на можливості спілкування і отримання необхідної поточної інформації в сучасному урбанізованому світі, пропонуючи нові форми їх. І хоча “безпосереднє спілкування”, на щастя, й сьогодні залишається найбажанішим способом спілкування серед сучасних мешканців України, такі способи спілкування, як “мобільний телефон” та “Інтернет” поступово входять у наше життя, і передовсім у життя сучасної молоді (табл. 6.9).

Таблиця 6.9

Розподіл відповідей на запитання: “Якому способу спілкування Ви віддаєте перевагу?” серед молоді та дорослих мешканців України, %*

Пропоновані варіанти	Загалом по Україні	Молодь	Дорослі
Безпосереднє спілкування	88,3	88,1	88,5
Листування	10,5	6,8	12,4
Звичайний телефон	53,2	48,6	55,6
Факс	0,3	0,5	0,2
Мобільний телефон	38,1	62,8	25,5
Інтернет	2,9	5,8	1,4
Інше	0,3	0,3	0,3

* Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

Так, 62,8% молодих мешканців України обирають як спосіб спілкування “мобільний телефон”. Серед дорослих мешканців України такий вибір роблять 25,5%. Крім того, 5,8% молодих мешканців України обирають для спілкування Інтернет.

Поглиблюючи аналіз, слід зауважити, що в групі молодих людей, які зазначили, що користуються Інтернетом, частка тих, хто вказав, що віддає перевагу спілкуванню за допомогою мобільного телефону, становить 79,3% (проти 57,5% тієї молоді, яка вказала, що не користується Інтернетом). А частка представників цієї групи, які відзначили Інтернет як переважний спосіб спілкування, дорівнює 23,4% (рис. 6.10).

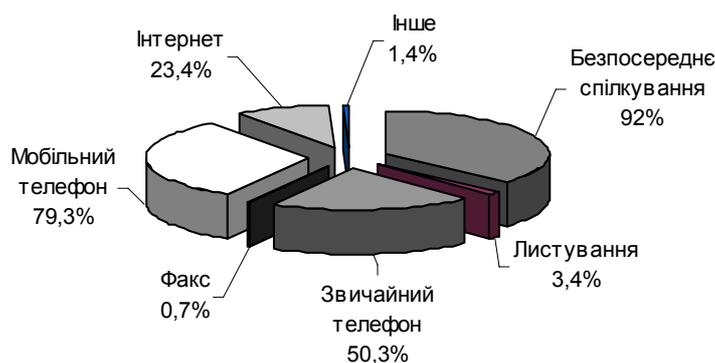


Рис. 6.10. Розподіл переважних способів спілкування серед молоді — користувачів Інтернетом*

* Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

Отже, майже чверть молодих користувачів Інтернетом сьогодні віддає перевагу спілкуванню за допомогою новітніх інформаційних технологій.

Інтернет стає також сучасним джерелом отримання поточної інформації про основні події та новини, які відбуваються в країні й у світі загалом (табл. 6.10).

Таблиця 6.10

Розподіл відповідей на запитання: “З яких джерел Ви переважно отримуєте поточну інформацію?” серед молоді та дорослого населення України, %*

Варіанти відповіді	Загалом по Україні	Молодь	Дорослі
Газети, журнали	61,8	53,7	65,9
Радіо	32,9	26,3	36,2
Телебачення	92,4	92,6	92,4
Інтернет	5,1	10,9	2,1
Друзі, знайомі	42,2	49,3	38,6
Колеги по роботі	14,7	16,2	14,0

* Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

І хоча безперечним лідером серед джерел отримання поточної інформації для всіх мешканців країни залишається телебачення, 10,9% молоді обирають сьогодні Інтернет як сучасне джерело отримання новітньої інформації про події в країні та світі. Результати дослідження засвідчують, що дорослі мешканці країни зараз практично не розглядають Інтернет як джерело отримання поточної інформації.

Аналізуючи групу молодих людей, які вказали, що користуються Інтернетом, слід зауважити, що 43,4% представників цієї групи називають Інтернет основним джерелом отримання поточної інформації. Сьогодні молоді користувачі Інтернетом віддають перевагу цьому джерелу отримання інформації перед такими джерелами, як “радіо” і “колеги по роботі” (рис. 6.11).

Інтернет як джерело отримання поточної інформації для молодих користувачів значно поступається лише такому безапеляційному, на сьогоднішній день, лідеру серед джерел, як телебачення. Зауважимо, однак, що частка респондентів, які називають телебачення джерелом отримання поточної інформації, в цій групі дещо нижча, аніж в інших досліджених групах.

З огляду на поступове входження інформаційних технологій у життя сучасної людини нагальним стає питання: з якою метою використовують Інтернет у своєму житті мешканці України сьогодні-

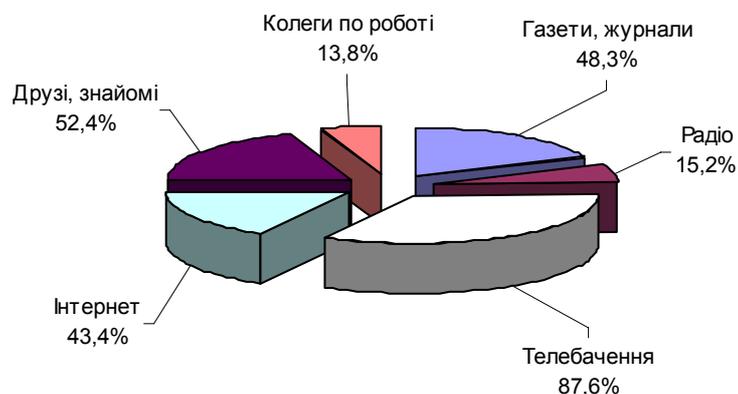


Рис. 6.11. Розподіл джерел переважного отримання поточної інформації серед молодих користувачів Інтернетом*

* Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

ні? Слід зауважити: за результатами нашого дослідження 87,8% громадян України засвідчили, що не використовують Інтернету взагалі. І якщо серед молоді віком від 18 до 35 років так відповіли 76%, то серед респондентів віком від 36 років і більше — 93,8%. Досить низька частка загальної кількості користувачів у виборці, і зокрема дорослих користувачів Інтернетом не дає нам змоги проаналізувати й порівняти соціально-демографічні особливості цілей використання Інтернету в різних групах, але вможливорює висвітлення основних наявних тенденцій. Дослідження особливостей використання Інтернету тими громадянами України, які засвідчили, що користуються ним, виявило такі результати (табл. 6.11).

Молодь, за результатами проведеного опитування, першою чергою використовує Інтернет для “пошуку інформації для навчання/підвищення кваліфікації” та “пошуку інформації на теми, які цікавлять (кулінарія, автомобілі, садівництво, спорт, живопис, гумор тощо)”. Крім того, молодь використовує Інтернет для “знайомства з останніми новинами, поточною інформацією”.

Таким чином, можна зазначити, що Інтернет сьогодні стає надійним помічником сучасної молоді для миттєвого отримання

Таблиця 6.11

Розподіл відповідей на запитання: “З якою метою Ви використовуєте Інтернет?” серед тих респондентів, які зазначили, що користуються Інтернетом, %*

Пропоновані варіанти	Загалом по Україні N = 293	Молодь N = 219	Дорослі N = 74
Знайомлюся з останніми новинами, поточною інформацією	38,8	37,9	40,5
Шукаю інформацію для навчання/підвищення кваліфікації	36,5	40,7	28,4
Просто блукаю по мережі	20,5	23,4	14,9
Спілкуюся в чатах, ICQ	16,4	20,0	9,5
Беру участь у форумах, конференціях	7,8	6,9	9,5
Надсилаю повідомлення електронною поштою	28,3	26,9	31,1
Шукаю інформацію, потрібну для виконання професійних обов'язків	35,6	35,9	35,1
Знаходжу і читаю/перепишую у свою електронну бібліотеку художні книжки	6,4	6,9	5,4
Шукаю інформацію на теми, які мене цікавлять (кулінарія, автомобілі, садівництво, спорт, живопис, гумор тощо)	33,8	38,6	24,3
Знаходжу і слухаю/перепишую музику, фільми	22,4	26,9	13,5
Підробляю (створюю сайти на замовлення, поширюю рекламу тощо)	2,3	2,8	1,4
Шукаю інформацію про товари/послуги	14,2	14,5	13,5
Роблю покупки он-лайн	2,7	3,4	1,4
Інше (напишіть)	2,7	2,8	2,7

*Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

потрібної інформації, значно полегшуючи пошук. Саме необмежені інформаційні можливості всесвітньої мережі Інтернет привертають українських громадян. Зараз саме молодь, як і переважна більшість користувачів у світі, використовує Інтернет для задоволення своїх *інформаційних запитів і потреб* — “знайомство з останніми новинами, поточною інформацією”, “пошуку інформації для навчання/підвищення кваліфікації”, “пошуку інформації,

потрібної для виконання професійних обов'язків”, “пошуку інформації на теми, які цікавлять (кулінарія, автомобілі, садівництво, спорт, живопис, гумор тощо)”.

Крім того, молодь використовує Інтернет для реалізації *комунікативних потреб*, зазначаючи, що за допомогою Інтернету “надсилає повідомлення електронною поштою” та “спілкується в чатах, ICQ”.

Дорослі користувачі Інтернетом, за їхніми свідченнями, першою чергою використовують Інтернет для “знайомства з останніми новинами, поточною інформацією” та “пошуку інформації, потрібної для виконання професійних обов'язків”, а також користуються “електронною поштою”. Хоча слід зауважити, що загалом “активність” дорослого населення в мережі безумовно поступається активності молодих користувачів. Проте не всі можливості всесвітньої мережі використовуються сьогодні повною мірою як молодими українцями, так і населенням України в цілому.

Наприклад, українські користувачі всесвітньої мережі ще не дуже широко використовують “участь у форумах, конференціях”, котра як *спосіб інтерактивної комунікації* передбачає можливість викладення власної позиції з різноманітних питань, обмін думками та позиціями з різних проблем як у сфері повсякденного буття, так і висловлення своєї громадянської позиції, обмін думками й пропозиціями з політичних, економічних, соціальних та культурних питань.

Мінімально використовується українськими користувачами всесвітньої мережі й така можливість Інтернету, як “покупки онлайн”. Українські користувачі менш активні в плані *електронної комерції*, аніж користувачі в Європі, хоча можливості здійснення покупок через Інтернет як новітній спосіб торгівлі дуже широкі. Вигоди такої торгівлі безперечні — це і цілодобова робота без перерв на обід та сон; і доступність Інтернет-магазинів для широкого загалу користувачів, незважаючи на місцеперебування електронного покупця; це і широкий вибір товарів та послуг із максимальною інформацією про товар; це і суттєва економія часу при виборі та замовленні товару чи послуги. Крім того, “робота зі складу”, тобто відсутність необхідності орендувати площі під реальний магазин забезпечує максимальний асортимент пропонованого товару та нижчі, ніж у реальних магазинах, ціни.

Але попри певні особливості розвитку українських інформаційних технологій, Інтернет неухильно входить в сучасне життя жителів України, і передусім молоді, яка починає використовувати його можливості для реалізації своїх життєвих планів і завдань, для полегшення розв'язання нагальних питань, пов'язаних із виконанням робочих та навчальних завдань, а також для врізноманітнення свого дозвілля.

Поширеність комп'ютерних та Інтернет-технологій серед молоді

Отже, молодь набагато активніше засвоює новітні інформаційно-комунікаційні технології, аніж їхні батьки, скоріше адаптується в сучасному світі. Розглянемо докладніше результати дослідження саме молодіжної аудиторії (дослідження молодіжної групи користувачів Інтернетом проводилися автором у рамках дослідницької програми “Молодь України: культурні запити та дозвіллева діяльність”. — (Державний Інститут проблем сім'ї та молоді. Жовтень 2004 року. Вибірка—2003 респондента, молодь віком від 14 до 35 років).

За відповідями на запитання стосовно вибору занять у вільний від основної роботи час респонденти розподілилися на дві групи. Половина опитаних відповіла, що практично не займається роботою на комп'ютері на дозвіллі. У групі, яка зазначила, що у вільний від основної й домашньої роботи час працює на комп'ютері, більшість (20%) вказали, що роблять це практично щоденно або не менше разу на тиждень (16%); 52% відповіли, що хотіли б цим займатися у вільний час частіше, ніж це відбувається зараз.

Відповідаючи на запитання стосовно того, де вони найчастіше проводять свій вільний час, лише 9% опитаних назвали таке місце відпочинку, як комп'ютерний клуб. Більшість вказали, що проводять вільний час удома (83%) або в гостях (39%). Разом із тим результати опитування свідчать, що 20% молоді мають удома комп'ютер, 6% мають удома доступ до Інтернету (через модем), а 5% планували придбати модем упродовж наступного року. До того ж 59% молодих громадян України вказували на наявність за їхнім місцем проживання таких закладів культури й центрів дозвілля, як Інтернет-кафе, комп'ютерні центри. 20% молоді зазначали, що відвідували Інтернет-кафе та комп'ютерні центри впродовж

останніх 12 місяців, а 16% відвідували ці центри дозвілля протягом останнього місяця.

Цілі використання комп'ютера та Інтернету. Якими є особливості поширеності комп'ютерних та Інтернет-технологій серед сучасної української молоді? Відповіді на запитання стосовно мети використання комп'ютера засвідчили, що 53% молодих українців не працюють на комп'ютері взагалі. Метою використання комп'ютера для решти молодих людей, як випливає з дослідження, переважно є виконання навчальних завдань та комп'ютерні ігри (табл. 6.12).

Таблиця 6.12

**Розподіл відповідей опитаної молоді на запитання:
“З якою метою Ви використовуєте комп'ютер?”***

Пропоновані варіанти	%
Моя робота пов'язана з виконанням виробничих завдань на комп'ютері	18
Я часто виконую навчальні завдання на комп'ютері	19
Я часто слухаю музику, дивлюся фільми на комп'ютері	17
Я часто граю в комп'ютерні ігри	19
Я часто читаю електронні тексти (книжки, енциклопедії)	4
Моє хобі — малювати, редагувати фотографії на комп'ютері тощо	3
Підробляю (друкую на замовлення, переписую інформацію на компакт-диски тощо)	3
Я не працюю на комп'ютері	53

*Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

Крім того, трохи понад 18% молодих співгромадян зазначили, що їхня безпосередня робота пов'язана саме з виконанням виробничих завдань на комп'ютері. Таким чином, як свідчать отриманні результати опитування, українська молодь використовує комп'ютер і для роботи, і для відпочинку.

Аналіз соціально-демографічних характеристик засвідчив певні тенденції. Користування комп'ютером значною мірою залежить від матеріального статусу сім'ї респондентів. Чим нижчий рівень матеріального забезпечення респондента, тим частіше він вказує,

що не працює на комп'ютері взагалі. Серед молодих людей із дуже низьким матеріальним рівнем сім'ї таких 75%, із низьким — 68%, із рівнем нижче середнього — 57%, із середнім рівнем — 50%, із рівнем вище за середній — 34%, із високим рівнем — 16%. Крім того, респонденти із вищим рівнем матеріального забезпечення частіше за менш заможних молодих українців вказують, що їхня робота пов'язана із виконанням виробничих завдань на комп'ютері, що вони виконують навчальні завдання на комп'ютері, а також слухають музику, дивляться фільми на комп'ютері. Менш заможні верстви молоді, відповідаючи на запитання стосовно мети використання комп'ютера, частіше, ніж інші види використання, називають гру на комп'ютері.

Тип поселення також справляє певний вплив на мету використання комп'ютера. Так, у маленьких містах і селах респонденти частіше вказують, що використовують комп'ютер для виконання навчальних завдань та комп'ютерних ігор. В обласних центрах респонденти переважно зазначають, що їхня робота пов'язана з професійним використанням комп'ютера, до того ж вони слухають музику, дивляться фільми на комп'ютері й виконують навчальні завдання. Крім того, слід зазначити, що не працюють на комп'ютері взагалі 76% мешканців сіл, 49% жителів малих міст і 38% мешканців обласних центрів.

Розгляд відмінностей стосовно використання комп'ютера за статтю засвідчив, що більшість чоловіків використовують його для прослуховування музики та перегляду фільмів, тоді як жінки — переважно для виконання навчальних і виробничих завдань. Серед жінок більше тих, хто взагалі не працює на комп'ютері: 59% проти 47% серед чоловіків.

Молодь із нижчим рівнем освіти переважно використовує комп'ютер для гри та виконання навчальних завдань, респонденти із вищим рівнем освіти — частіше для роботи та прослуховування музики і перегляду фільмів.

Мета використання комп'ютера має і вікові розбіжності. Молодші вікові групи частіше виконують навчальні завдання на комп'ютері та грають в комп'ютерні ігри. Старші респонденти зазначають, що їхня робота пов'язана з виконанням виробничих завдань на

комп'ютері, а також вони використовують комп'ютер для прослуховування музики та перегляду фільмів. Існують і певні вікові розбіжності серед тих респондентів, які вказали, що взагалі не працюють на комп'ютері. Результати дослідження засвідчують: чим старші респонденти, тим частіше вони дають таку відповідь. Вказали, що не працюють на комп'ютері, 45% молоді віком від 14 до 17 років, 42% — віком від 18 до 19 років, 45% — віком від 20 до 22 років, 52% — віком від 23 до 25 років, 57% — віком від 26 до 28 років та 65% — віком від 29 до 35 років. Таким чином, можна зазначити, що молодь, яка входить у доросле життя, активніше залучається до засвоєння комп'ютерних технологій, ніж більш дорослі мешканці країни.

Поширені місця користування комп'ютером. Згідно з результатами дослідження більшість опитаних зазвичай користується комп'ютером вдома чи на роботі. Найменше люди працюють на комп'ютері вдома у своїх друзів, приятелів або родичів (рис. 6.12).

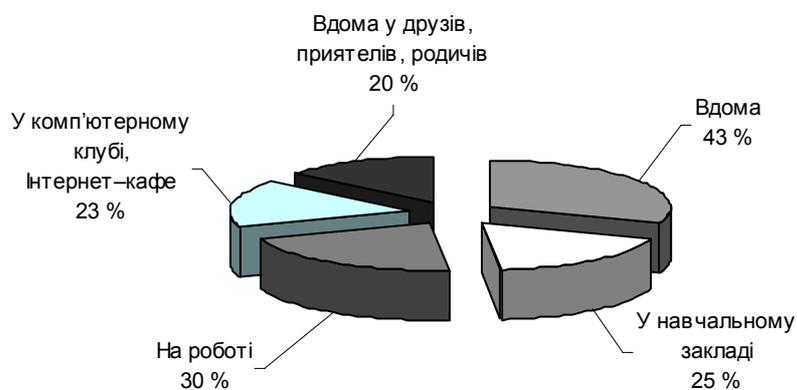


Рис. 6.12. Розподіл відповідей на запитання:
“Де Ви зазвичай користуєтеся комп'ютером?”
серед тих, хто використовує комп'ютер (N = 1016)*

*Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

Вибір місць використання комп'ютера залежно від матеріального становища сім'ї засвідчує, що чим нижче матеріальний статок, тим частіше респондент зазначає, що користується комп'ютером у комп'ютерному клубі, Інтернет-кафе. Таку відповідь дали 34% молоді з низьким матеріальним становищем сім'ї, 25% молоді із рівнем нижче середнього, 22% із середнім рівнем, 17% із рівнем вище середнього. Користування комп'ютером вдома, навпаки, характерне для заможніших верств молоді. Вдома користуються комп'ютером 57% респондентів із матеріальним рівнем, вищим за середній; 46% — із середнім рівнем забезпеченості, 43% — із рівнем, нижчим за середній, 26% — із низьким рівнем матеріального становища сім'ї.

Аналіз результатів опитування засвідчив, що вибір місця користування комп'ютером певним чином залежить від типу поселення респондентів-користувачів (табл. 6.13).

Таблиця 6.13

Розподіл відповідей на запитання: “Де Ви зазвичай користуєтеся комп'ютером?” залежно від типу поселення серед тих, хто користується комп'ютером, %*

Пропоновані варіанти	Обласний центр	Місто	Село
Вдома	54	38	35
У навчальному закладі	18	31	38
На роботі	39	27	24
У комп'ютерному клубі, Інтернет-кафе	21	29	17
Вдома у друзів, приятелів, родичів	18	23	27

*Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

Так, для молоді, яка проживає в сільській місцевості, найпоширенішою формою є користування комп'ютером у навчальному закладі (38%), тоді як для молоді, яка проживає в обласних центрах, це місце виявилось найменш поширеним (18%). Крім того, мешканці сіл частіше за інших респондентів користуються комп'ютером вдома у друзів, приятелів, родичів (27%). Серед мешканців обласних центрів таких 18%.

Вибір місця користування комп'ютером має певні особливості залежно від статі молодої людини (табл. 6.14).

Таблиця 6.14

Розподіл відповідей на запитання: “Де Ви зазвичай користуєтеся комп’ютером?” серед жінок та чоловіків, які користуються комп’ютером, %*

Пропоновані варіанти	Чоловіки	Жінки
Вдома	48	40
У навчальному закладі	22	32
На роботі	30	34
У комп’ютерному клубі, Інтернет-кафе	31	14
Вдома у друзів, приятелів, родичів	23	19

*Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

Жінки виявилися більш інертними в пошуку місць користування комп’ютером. З цією метою відвідують комп’ютерні клуби, Інтернет-кафе лише 14% жінок, серед чоловіків таких майже третина. Жінки користуються комп’ютером переважно вдома (40%) або в навчальному закладі (32%). Чоловіки ж намагаються використовувати різні можливості з метою залучення до користування комп’ютером.

Аналіз вікових розбіжностей при виборі місця користування комп’ютером виявив такі тенденції. Молодші вікові групи користуються комп’ютером переважно за місцем навчання чи вдома. Молодь старших вікових груп користується комп’ютером переважно на роботі чи вдома. Решта місць користування не залежить від віку і певною мірою характерна для всіх вікових груп, хоча й не має такого поширення, як зазначені вище місця користування комп’ютером.

Обсяг та інтенсивність користування комп’ютером серед молоді. Розглядаючи інтенсивність користування комп’ютером серед сучасної української молоді, можна зазначити, що більшість опитаних проводить за комп’ютером близько 2 годин на день у будні (27%) та близько 3 годин у вихідні (19%), причому кількість годин, проведених за комп’ютером у вихідні, має дещо більший діапазон, ніж у будні (рис. 6.13).

Аналіз розподілу інтенсивності користування комп’ютером (без Інтернету) в будні й у вихідні не виявив певних розбіжностей серед

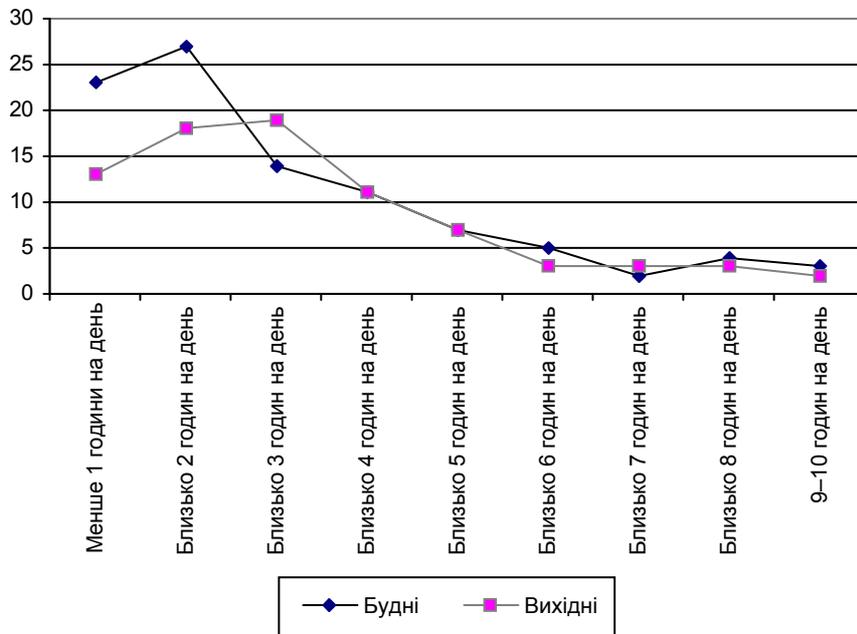


Рис. 6.13. Розподіл відповідей на запитання: “Скільки годин на день у середньому Ви особисто проводите за комп’ютером (без Інтернету) в будні й у вихідні?”, % серед тих, хто використовує комп’ютер (N = 1016)

різних соціально-демографічних груп та виявився близьким до середніх показників за вибіркою загалом.

Обсяг користування й цілі використання Інтернету серед молоді. Це дослідження передбачало з’ясування мети використання Інтернету українською молоддю. Аналіз результатів опитування виявив, що найчастіше молодь використовує Інтернет для пошуку інформації для навчання/підвищення кваліфікації (49%), для ознайомлення з останніми новинами, поточною інформацією (28%), для пошуку інформації, потрібної для виконання професійних обов’язків (27%), для пошуку інформації на теми, які цікавлять людину (кулінарія, автомобілі, садівництво, спорт, живопис тощо) (25%), надсилання повідомлень електронною поштою (24%), для пошуку та прослуховування музики, перегляду фільмів (21%), спілкування в чатах (18%) або просто блукають по мережі (15%).

Найрідше молодь використовує Інтернет для участі у форумах та конференціях (4%), прослуховування радіостанцій через Інтернет (4%), для пошуку та читання/перепишування у свою електронну бібліотеку художніх книжок (5%), як побічний заробіток (створення сайтів на замовлення, поширення реклами тощо) (5%).

Отже, можна стверджувати, що молодь України використовує Інтернет першою чергою для роботи, підвищення професійного рівня та пошуку нової, поточної інформації, що було підтверджено результатами дослідження 2006 року, а також для спілкування та відпочинку. Результати опитування засвідчують, що українська молодь використовує можливості Інтернету не в повному обсязі. Приміром, така демократична можливість спілкування, як участь у форумах і конференціях, яку надає мережа Інтернет, використовується молодими мешканцями країни мінімально.

Проаналізуємо, чи існують певні соціально-демографічні розбіжності при виборі мети користування Інтернет-мережею. Аналіз мети використання мережі Інтернет залежно від типу поселення, в якому мешкає молода людина, виявив певні відмінності, а саме переважною метою використання Інтернету в усіх трьох групах є пошук інформації для навчання/підвищення кваліфікації. 57% мешканців обласних центрів, 49% мешканців міст та 52% мешканців сіл дали саме таку відповідь. Далі мета використання Інтернету відрізняється. Мешканцям обласних центрів мережа слугує переважно для пошуку інформації, потрібної для виконання професійних обов'язків 36% (у містах таких 28%, у селі — 11%), а також для надсилання повідомлень електронною поштою — 32% (у містах таких 25%, у селі — 13%). Для мешканців сіл це переважно джерело ознайомлення з останніми новинами, поточною інформацією (29%), засіб знаходження й прослуховування/перепишування музики, фільмів (24%), а також спосіб спілкування в чатах, ICQ (20%).

Мета використання Інтернету має певні відмінності серед жінок і чоловіків (табл. 6.15).

І чоловіки, і жінки використовують Інтернет переважно з метою пошуку інформації для навчання/підвищення кваліфікації (49% чоловіків та 59% жінок), ознайомлення з останніми новинами, поточною інформацією (32% чоловіків та 30% жінок), пошуку інформації, потрібної для виконання професійних обов'язків (32% чо-

Таблиця 6.15

Розподіл відповідей на запитання: “З якою метою Ви використовуєте Інтернет?” серед жінок і чоловіків, які використовують Інтернет (N = 591), %*

Пропоновані варіанти	Чоловіки	Жінки
Знайомлюся з останніми новинами, поточною інформацією	32	30
Шукаю інформацію для навчання/підвищення кваліфікації	49	59
Знаходжу нові комп'ютерні ігри	19	7
Просто блукаю по мережі	21	11
Спілкуюся в чатах, ICQ	22	17
Беру участь у форумах, конференціях	5	4
Надсилаю повідомлення електронною поштою	27	27
Шукаю інформацію, потрібну для виконання професійних обов'язків	32	28
Знаходжу і читаю/переписую у свою електронну бібліотеку художні книжки	5	5
Читаю анекдоти, гумор	20	9
Шукаю інформацію на теми, які мене цікавлять (кулінарія, автомобілі, садівництво, спорт, живопис тощо)	31	23
Знаходжу інформацію на теми сексу, еротики	11	3
Знаходжу і слухаю/переписую музику, фільми	30	15
Слухаю передачі радіостанцій через Інтернет	3	6
Підробляю (створюю сайти на замовлення, поширюю рекламу тощо)	6	5

*Сума відповідей не дорівнює 100%, бо респондент міг обрати кілька варіантів відповіді.

ловіків та 28% жінок). Разом із тим чоловіки частіше слухають/переписують музику, фільми в Інтернеті (30% чоловіків та 15% жінок), читають анекдоти, гумор (20% чоловіків та 9% жінок). Як спосіб спілкування використовують Інтернет і жінки, і чоловіки. 27% чоловіків та 27% жінок використовують Інтернет для надси- лання повідомлень електронною поштою, а 22% чоловіків та 17% жінок — для спілкування в чатах, ICQ.

Мета використання Інтернету має певні відмінності залежно від освітнього рівня респондентів. Представники всіх освітніх груп

першою чергою використовують Інтернет з метою пошуку інформації для навчання/підвищення кваліфікації. Разом із тим слід зазначити, що особи з вищим рівнем освіти користуються Інтернетом для ознайомлення з останніми новинами, поточною інформацією та пошуку інформації, потрібної для виконання професійних обов'язків; молодь шкільного віку — для знаходження нових комп'ютерних ігор, знаходження/переписування музики, фільмів та спілкування в чатах, ICQ.

Дослідження не виявило певних відмінностей щодо мети використання Інтернет-мережі залежно від оцінки матеріального становища сім'ї: вони практично збігаються із результатами за вибіркою загалом.

Аналіз інтенсивності проведення часу в Інтернет-мережі у будні й у вихідні — вдома, на роботі, в комп'ютерному клубі тощо за-свідчив такі тенденції (рис. 6.14).

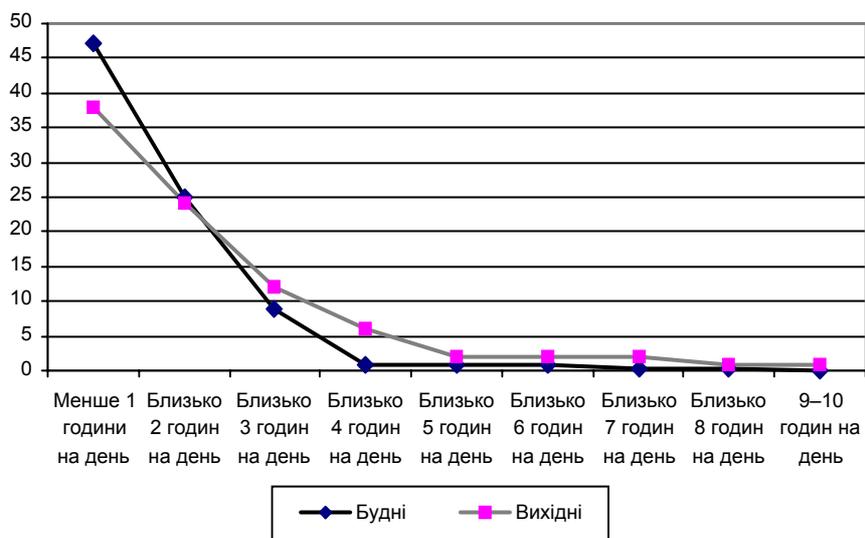


Рис. 6.14. Розподіл відповідей на запитання: “Скільки годин на день у середньому Ви особисто проводите часу в Інтернеті у будні й у вихідні дні — вдома, на роботі, в комп'ютерному клубі тощо?” серед тих, хто проводить час в Інтернеті у будні (N = 460), і тих, хто проводить час в Інтернеті у вихідні (N = 434), %

Переважна більшість молодих людей вказує, що проводить в Інтернет-мережі близько години — двох на день. Результати опитування свідчать, що кількість годин, проведених у мережі, трохи зростає у вихідні порівняно з робочими днями, та все одно здебільшого не перевищує 4 годин на день.

Істотних соціодемографічних відмінностей інтенсивності користування Інтернетом у будні й у вихідні — вдома, на роботі, в комп'ютерному клубі тощо — в дослідженні не виявлено. Вони практично збігаються із показниками інтенсивності користування Інтернетом, характерними для молодіжної вибірки в цілому.

І нарешті розглянемо деякі світоглядні особливості молодих користувачів Інтернетом.

Громадянські, соціальні, культурні та дозвілєві стильові орієнтації та практики молодих користувачів Інтернетом

Дослідження громадянських та соціальних стильових орієнтацій і практик молодих користувачів Інтернетом за результатами моніторингу Інституту соціології засвідчили, що вони відрізняються від властивих молодим мешканцям України, які “не мають потреби і ніколи не користуються Інтернетом” і які мають таку потребу, але не мають можливості”. Слід зазначити, що представники цих груп відрізняються і за своїми соціодемографічними характеристиками, але ми вже не будемо спинятися на розгляді соціодемографічних особливостей цих груп, а зосередимося на аналізі громадянських та соціальних, культурних та дозвілєвих орієнтацій цих груп, що, на наш погляд, демонструє специфіку молодих користувачів Інтернетом порівняно з іншими групами, зумовлюючи певні складові й особливості стилю життя цієї групи молодих громадян України.

Розглядаючи *громадянські установки* користувачів Інтернетом, зазначимо, що на позитивне соціальне самовідчуття певним чином впливають оцінки своїх позитивних можливостей у взаєминах соціальних суб'єктів у суспільстві, зокрема оцінка своїх можливостей у відносинах із владою. До речі, такі установки є провідними в процесі розбудови повноцінного громадянського суспільства в країні. Реально становлення нових соціальних відносин у межах процесу демократизації нашого суспільства пов'язане з такими

аспектами, як громадська активність, соціальна інтеграція, а також із процесами саморегуляції, активації й дієвості соціальних суб'єктів України, підвищення рівня залученості громадян до прийняття рішень на місцевому рівні, розширення засобів впливу громадськості на рішення влади.

Результати дослідження 2006 року фіксують певні особливості *громадянської активності* користувачів Інтернетом порівняно з іншими групами. Так, відповідаючи на запитання стосовно ймовірної можливості протидіяти прийняттю урядом України рішення, яке обмежуватиме їхні законні права й інтереси, фіксує такі тенденції: близько 15% з числа користувачів Інтернетом вказують на свою здатність впливати на рішення уряду України. У групі тих, хто “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом”, таких лише 8,3%. Більшість представників цієї групи, а саме 58,6% впевнені, що “нічого не змогли б зробити” в разі ухвали урядом України рішення, яке утискатиме їхні законні права й інтереси. Аналогічні тенденції фіксуються і щодо оцінок можливостей впливу на владу на місцевому рівні. У групі користувачів лише третина опитаних зазначає свою неспроможність протидіяти рішенням місцевої влади.

Розподіл відповідей респондентів щодо своєї ймовірної участі у різного роду мітингах і демонстраціях протесту засвідчив такі тенденції: 47,2% респондентів із групи тих, хто зазначив, що “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом” вказали, що вони радше не будуть особисто брати участі в таких мітингах, демонстраціях протесту. І лише 28,1% респондентів із цієї групи зазначили, що напевно брали б участь у таких акціях. Серед користувачів Інтернетом таку відповідь надали 35,9%.

Розподіл відповідей на запитання: “Що, на Вашу думку, краще — терпіти всілякі матеріальні негаразди заради збереження в країні порядку, миру та спокою чи у випадках значного погіршення умов життя виходити на вулицю з протестом?” також виявив певні особливості. Лише 27,1% користувачів Інтернетом зазначили, що “потрібно за будь-яку ціну зберігати порядок, мир та спокій”, серед тих, хто зазначив, що “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом” таких 39,3%. Більшість молодих користувачів Інтернетом, а саме 43,5% зазначили, що “потрібно активно протесту-

стувати проти постійного погіршення умов життя”. У відповідях на запитання стосовно ймовірного вибору найбільш ефективних і припустимих заходів та засобів обстоювання своїх прав та інтересів є певні відмінності. Так, молодь із групи користувачів Інтернетом виявилася більш схильною до вибору таких засобів, як “законні мітинги і демонстрації” (41,8%) порівняно з групами тих, хто зазначив, що “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом” і “тих, хто має таку потребу, але не має можливості” (27,7% та 30,6% відповідно).

Респонденти, які вказали, що “не мають потреби і ніколи не користувалися Інтернетом”, та ті, “хто має таку потребу, але не має можливості” загалом виявилися більш пасивними й у виборі певних заходів та засобів обстоювання своїх прав та інтересів, в усвідомленні своєї можливості впливати на владу. Водночас користувачі Інтернетом і потенційні користувачі впевненіше почуватимуться в оцінюванні необхідності обстоювати свої громадянські права. Їм меншою мірою властиве пасивне пристосування до суспільних обставин. За результатами дослідження, саме група користувачів мережею виявилася більш схильною до активних дій у відносинах з владою, до обстоювання своїх прав та інтересів.

Користувачі Інтернетом, за результатами дослідження, мають тенденцію до більш позитивного сприйняття змін у сфері демократизації суспільного життя. *Демократичні характеристики українського суспільства* для цієї групи є більш явними: так, на думку користувачів Інтернетом, за останній рік поліпшилися можливості вільно висловлювати свої погляди. Так вважають 31,1% молоді з цієї групи; серед тих, хто зазначив, що “не мають потреби і ніколи не користувалися Інтернетом”, таких 26,1%. Крім того, 33,5% користувачів Інтернетом також вважають, що останніми роками поліпшилася можливість отримувати достовірну інформацію щодо подій у країні й світі; серед тих, хто зазначив, що “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом”, таких 27,1%. Можна припустити, що саме можливість постійного доступу до джерел інформації з мережі розширює соціальну поінформованість молоді, сприяє ознайомленню з різними точками зору на певні проблеми та формуванню власної соціальної позиції стосовно різних проблем та подій соціального життя, а разом і позитивному баченню ситуації у сфері демократичних перетворень.

Серед користувачів Інтернетом достатньо високий рівень *громадянських, патріотичних настанов*. Як і решта молоді, серед різних варіантів відповіді на запитання: “Ким Ви себе вважаєте?” молоді користувачі Інтернетом найчастіше обирають варіант “громадянином України”. Результати дослідження засвідчують також, що молодь, яка користується Інтернетом, схильна пишатися своїм українським громадянством не менше, ніж представники інших груп — ствердну відповідь на запитання: “Якою мірою Ви пишастесь або не пишастесь тим, що є громадянином України?” дали 47,9 % з групи користувачів Інтернетом, 46,9% з групи тих, “хто має таку потребу, але не має можливості”, та 44,4% з групи тих, хто “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом”. Крім того, за результатами опитування саме серед представників цієї групи найменший відсоток тих, хто вказав, що не пишастесь своїм українським громадянством. Так вважають близько 15,4% молодих користувачів Інтернетом. У групі тих, хто “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом”, 20,3% вказали, що певною мірою не пишастесь своїм українським громадянством.

Розглядаючи стильові орієнтації на соціальні досягнення користувачів Інтернетом, зазначимо, що аналіз ситуації щодо соціального самопочуття, оцінювання свого становища в сучасному суспільстві та перспектив соціальної та професійної самореалізації також виявився більш позитивним саме у групі молодих користувачів Інтернетом.

Презентуючи свою активну соціальну позицію й установку на соціальні досягнення та здобутки, 64,7% молодих користувачів Інтернетом погоджуються з думкою, що “людям, життя яких не склалося вдало, просто не вистачає наполегливості та сили волі, у групі тих, хто “має потребу в користуванні Інтернетом, але не має можливості”, таких 53,7%, а у групі тих, хто “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом” — 59,7%.

Серед молодих користувачів Інтернетом більше, ніж в інших групах, тих, хто вважає, що те, як складається їхнє життя, залежить переважно від них самих (тобто інтерналів) — 31,7% проти 23,8% в групі молоді, яка зазначила, що “не має потреби і ніколи не користувалася Інтернетом”. Екстернальну відповідь на запитання “Як Ви вважаєте, від чого головним чином залежить те, як склада-

ється ваше життя?” надали відповідно 28,8% та 44,8% із вище означених груп.

Крім того, молоді користувачі Інтернетом більшою мірою спрямовані на позитивне майбутнє. Відповідаючи на запитання: “Які почуття у Вас переважають, коли Ви думаєте про майбутнє України?” користувачі Інтернетом частіше за інших представників української молоді вказують, що це оптимізм 35,6% (25,5% серед української молоді в цілому); інтерес — 25,1% (17% серед української молоді в цілому); впевненість — 14,2% (9,8% серед української молоді в цілому).

Група користувачів Інтернетом почувається за нових умов суспільного життя набагато впевненіше й оптимістичніше за решту молоді. Вони вище оцінюють свої соціальні якості, можливості реалізувати себе в професії, забезпечити собі вищий рівень життя, домогтися соціального і життєвого успіху.

Існують й певні стильові особливості, пов’язані зі *сприйняттям суспільної моралі, довіри, відчуттям соціального комфорту в суспільстві*. Так, менше половини користувачів Інтернетом, а саме 46,5% погоджуються із судженням, що сьогодні нам бракує “справжньої дружби, як було раніше — на все життя”. В групі тих, хто “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом”, таких 61,4%. Серед користувачів менше тих, хто вважає, що “не довіряти нікому — найбезпечніше” (44,7% проти 51,2%).

Так, 44,1% користувачів Інтернетом вказали, що їм “вистачає вміння жити в нових суспільних відносинах”. Серед тих, хто зазначив, що “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом”, таких 32,2%. Серед користувачів Інтернетом 45,3% зазначили, що їм вистачає “рішучості в досягненні своїх цілей”, 55,9% вказали, що вони “впевнені у своїх силах”. Серед тих, хто зазначив, що “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом”, таких 47,2% та 38,3% відповідно. Близько половини користувачів зазначили, що вони певною мірою “задоволені своїм життям загалом”: 44,7% проти 31% серед некористувачів.

Розгляд питань *рівня освіченості групи* молодих користувачів також засвідчив певні відмінності порівняно з іншими представниками молоді. Так, 49,4% користувачів Інтернетом впевненні в

своїй освіті та зазначають, що їм вистачає освіти (32% серед тих, хто зазначив, що “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом”). Серед користувачів Інтернетом більше тих, хто засвідчує, що “задоволений рівнем своєї освіти”. І підстави для такого відчуття напевне є. Про це, зокрема свідчить *розгляд стильових особливостей культурних та дозвіллевих практик* користувачів. Молоді користувачі Інтернетом частіше за інших вказують, що у вільний від основної та хатньої роботи час вони займаються ранковою гімнастикою та фізкультурою (35,3%); біг, оздоровчі прогулянки називають 20%; поїздки за місто — 20,9%; відвідування плавального басейну, заняття в спортивній залі, на стадіоні, спортивних майданчиках — 12,9%. Серед некористувачів показники за цими позиціями не перевищували 16,8%.

Також користувачі Інтернетом частіше за інших вказували, що вони відвідують кінотеатри (17,6%); ресторани, нічні клуби тощо (34,1%); клуби, дискотеки, вечірки відпочинку (22,4%), читали художню літературу (35,9%), вивчали літературу за спеціальністю (26,5%), відвідували бібліотеки (11,2%), займалися художньою творчістю (10%). Крім того, 16,5% користувачів зазначили, що відвідували церкву (серед некористувачів таких 9,9%). Отже, стильові дозвіллеві й культурні практики вирізненої групи користувачів Інтернетом різноманітні та насичені різними подіями. Лише за такими позиціями проведення вільного часу як перегляд ТВ, читання газет, прийом та відвідування гостей, просто відпочинок, без жодних справ — відсотки в усіх представлених групах мало відрізняються, хоча в групі користувачів вони дещо нижчі, аніж в інших групах.

Вирізняє групу користувачів і практика проведення відпустки, канікул. Так, 30% цієї групи засвідчили, що відпочивали в курортному місці без путівки (в Україні), 15,9% їздили відпочивати, гостювати до родичів, знайомих. Серед тих, хто зазначив, що “не має потреби і ніколи не користувався Інтернетом”, таких 14,5% та 10,6% відповідно.

Таким чином, громадянські, соціальні, культурні й дозвіллеві стильові орієнтації та практики групи молодих користувачів Інтернетом за багатьма показниками відрізняються від групи некористу-

вачів. Це і вищий рівень демократичних установок та громадської активності, і ліпша соціально-психологічна адаптація, і ширше коло культурно-дозвіллевих запитів, і вищий рівень їх реалізації.

Новітні інформаційно-комунікативні технології — це невід’ємна частина стилю життя сучасної людини. Щодня Інтернет відкриває нові вершини, роблячи недоступне доступним, пізнавальне — цікавим, а сучасне — популярним. Досить складно сьогодні уявити людину, яка б хоч якось не використовувала сучасні ІКТ. Стає досяжною величезна кількість інформації, що допомагає краще орієнтуватися у коловороті нагальних питань і проблем, сформулювати власну думку й життєву позицію, по-новому поглянути на безліч речей.

Результати дослідження фіксують тенденції розширення використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій громадянами України, виступають важливим соціальним ресурсом формування певних життєво-стильових стратегій пересічних громадян, і першою чергою молоді та вказують на зростання інтенсивності використання мережі Інтернет у сучасному українському суспільстві як на позитивний показник розгортання процесів інформатизації соціального простору України.

Зростання лав користувачів комп’ютерними технологіями не зумовлює автоматичного зростання “якості” цього залучення. Формування “якісного” користувача, який активно й продуктивно використовує всі переваги новітніх технологій, — це серйозна проблема, яку слід розв’язувати українському суспільству вже сьогодні, й особливо тому, що основними споживачами інформаційних технологій в Україні нині залишаються особи віком до 35 років, які набагато активніше опановують новітні технології, ніж представники старших вікових груп. З огляду на це дуже актуальною є проблема “якості” перебування молодого користувача України у глобальній мережі Інтернет. Це зумовлює й актуальність дослідження особливостей залучення до новітніх ІКТ молодіжної групи українських користувачів.

Звісно, важко говорити про остаточну сформованість і закріплення всіх чинників стилю життя, пов’язаних із появою інформа-

ційно-комунікативних технологій. І передовсім це пояснюється бурхливим щогодинним розвитком і розширенням ІКТ, поступовим проникненням їх в усі сфери життя та бізнесу, роботи та відпочинку. Тому сьогодні непросто охопити й простежити всі ці чинники й складові впливу, але те, що новітні технології впливають на різні царини життєдіяльності сучасної людини й зумовлюють зміну стилю сучасного життя та свідомості сучасної людини, — факт безперечний. Як складові сучасного стилю життя вони визначають формування характерних способів поведінки, способів сприйняття світу, способів спілкування й відпочинку, способів мислення та функціонування в сучасному світі.

Новітні ІКТ поступово стають невід'ємною складовою сучасного стилю життя дедалі більшої кількості людей в усьому світі, а відтак потребують ретельної уваги й дослідження.

Література

1. Muller H.P. Sozialstruktur und Lebensstile. — Frankfurt am Main, 1992.
2. Cisco способствует продвижению Интернет-стиля жизни. — www.cisco.com/global/RU/news/releases/0141.shtml
3. Около 60% немцев пользуются Интернетом. — itua.info/news/internet/8574.html
4. В глобальной сети насчитывается 113 миллионов найтов. — itua.info/news/internet/8572.html
5. Количество доменных имен в зоне eu превысило 2,5 млн. — itua.info/news/internet/8699.html
6. Компанії IDC. — itua.info/news/internet/3
7. К чему приведет один день без Интернета? — vip-ua.com/?/news/2007/02/22/102740-4
8. Global Trends and Policies // The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank 1818 H Street, NW, Washington, DC 20433, 2006.
9. Сетевые академии Cisco: 10 лет на службе общества. — www.cisco.com/global/RU/news/releases/1206.shtml
10. Украина стала 12 страной мира по количеству пользователей Интернета. — news.online.ua/2006/11/17/131611.php

11. Human Development Report 2006 / Beyond scarcity: Power, poverty and the global water crisis. // Published for the United Nations Development Programme (UNDP). — New York, 2006 — 440 p.
12. Интернетом пользуются 9 миллионов украинцев. — podrobnosti.ua/ptheme/internet/2007/01/29/390777.html
13. Больше миллиона украинцев пользуются ICQ. — www.podrobnosti.ua/ptheme/internet/2007/01/24/389191.html
14. Политическая ситуация в Киеве поставила в тупик работу рейтинга Bigmir. — itua.info/news/internet/8597.html
15. *Скорик А., Езерский Е.* Рынок Интернет-рекламы в Украине — итоги 2006 года. — www.podrobnosti.ua/analytics/2007/01/12/385130.html
16. *Євдокимова И.* Почему Интернет-магазины не популярны в России? — www.podolsk.biz/p284.htm
17. 40% Интернет-пользователей выходят в Сеть без какой-то конкретной цели. — itua.info/news/internet/8671.html
18. *Головаха Є., Горбачик А., Паніна Н.* Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження. — К., 2006. — 142 с.
19. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — М., 2000.
20. *Бойко Н.* Молодь у світі сучасних комп'ютерних та Інтернет-технологій // Соціальні виміри суспільства : Збірка наукових праць. — Вип. 8. — К., 2005. — С. 244–258.

Розділ 7

СТИЛЬ ПРИВАТНОГО ЖИТТЯ ОСОБИСТОСТІ: ЦИВІЛІЗАЦІЙНИЙ ВИМІР

Приватне життя як соціокультурний феномен привертає до себе дедалі пильнішу увагу дослідників і дедалі частіше виступає предметом міждисциплінарного дискурсу. На загальноцивілізаційному рівні увага до проблеми приватного життя зумовлюється як новими механізмами соціалізації та життєдіяльності людини, її життєвого самовизначення та самоствердження, так і переорієнтацією цивілізації на поліпшення *якості життя*, на параметри людського виміру. Якість життя стає важливим індикатором рівня розвитку суспільства загалом і є однією з основних складових концепції *сталого розвитку*.

Увага до життя людини, зокрема й приватного є важливою складовою розбудови української незалежної держави як демократичного суспільства. В українському суспільстві процеси життєвого самовизначення і самореалізації людини мають власну національно-культурну, соціально-політичну специфіку й ознаки, які відображають її історичний досвід. Для українського суспільства, яке здійснює перехід від тоталітаризму до демократичної держави, проблема приватного життя має як внутрішні, так і зовнішні аспекти. *Внутрішній* аспект пов'язаний зі складним завданням подолання наслідків минулого. За умов радянського режиму приватне життя не мало легітимного статусу, воно відкидалося, як і все приватне,

немов атрибути буржуазного способу життя. У зв'язку з цим особливе значення має завдання відродження і збагачення різноманіття форм людського буття, забезпечення простору для творчого та вільного самоздійснення кожної людини як громадянина, сім'янина, споживача, як суверенної особистості в побудові суспільних та індивідуальних форм свого життя. “Для повноцінного розвитку не досить імпортувати технології або запозичити інституціональні моделі, які взяті “з чужого плеча”. Фундаментальна модернізація вимагає корінної *реформації духу*, його морального ядра”. При цьому пояснюється, що реформація духу передбачає зміну соціально здійснюваних самонастанов, коли право, справедливість, свобода, гідність спонтанно, на рівні життєвих практик визначаються за кожним в реальному, повсякденному існуванні [1, с. 33].

Зовнішній аспект пов'язаний із тим, що Україна зорієнтована на те, щоби повернутися в родину європейських народів, частиною якої вона історично була завжди. Це надає особливого значення проблемі прав та незалежності людини, в тому числі й невід'ємного права кожної особи на повноту та добробут її особистого життя. Вочевидь євроінтеграція аж ніяк не означає лише приєднання України до Європейського Союзу, а передбачає *глибинні цивілізаційні перетворення в укладі життя* українського суспільства, зокрема й у приватному житті громадян.

Значний досвід вивчення індивідуального, в тому числі й приватного життя людини як соціокультурного явища, має Інститут соціології НАН України. Робота в цьому напрямі розгортається від початку 80-х років минулого століття. Результати досліджень дістали відображення як у наукових монографіях, так і в науково-методичних посібниках [2]. В інституті був реалізований дослідницький проект “Приватне життя особистості: теоретичні та методологічні аспекти соціально-психологічного дослідження” (керівник — Л.В. Сохань), результати якого частково висвітлені в низці публікацій [3]. У розробленні цього проекту брали участь кандидати наук Р.А.Ануфрієва, С.В.Заднепрянець, В.В.Очеретяний. Різні аспекти індивідуального життя висвітлюються в соціологічному моніторингу Інституту соціології НАНУ [4].

Проблемна ситуація, яка привернула нашу увагу, полягає в реальних труднощах і суперечностях змін у стилях життя громадян

під впливом соціокультурної трансформації українського суспільства, коли суттєво руйнується сталий спосіб і стиль життя людей, певною мірою порушуються традиції народного життя під впливом трансформаційних перетворень та глобалізаційних процесів. Тому проблема приватного життя стає вельми актуальною в системі соціологічного знання.

Система людського життя: спроба визначення понять

У культурі вже висвітлена та драматична обставина, що буття людини настільки суперечливе, що поділяє її на людину особисту і суспільну, публічну і приватну, внутрішню і зовнішню, егоїста і альтруїста, людину чуттєву і розумну. Аналогічно до цього порушена і цілісність її життя: то вона більше живе як природна істота, то як суспільна, то як публічна, то як приватна, то як громадянин, то як обиватель. І це дроблення людської індивідуальності та людського буття можна продовжити.

У науці немає єдиного способу структурування людського життя і немає достатньої чіткості і узгодженості в цьому відношенні. Так, багато дослідників ставлять знак рівності між поняттями “індивідуальне” і “особисте”, “особисте” і “приватне” життя тощо. Тому подамо передусім нашу інтерпретацію цих понять. За всієї складності й багатогранності життя здійснюється у двох взаємопов’язаних формах — природній і соціальній, оскільки людина є і невід’ємною частиною природи, і водночас соціальною істотою, тобто істотою, яка перебуває в певній історично-конкретній системі суспільних відносин і виконує відповідні соціальні ролі в системі цих відносин. Перша форма життя — *природна* — дається людині природою. Людина є її носієм уже від народження.

Людина — істота не тільки земна, а й космічна. Вона пов’язана із космосом не тільки фізично, а й духовно. Засновник геліобіології А.І.Чижевський, досконало досліджуючи людину і космос, показав, що сонячні бурі відлунюють на Землі, що потік електронів і протонів, який вилітає з жерла сонячної плями і пролітає повз Землю, викликає великі відхилення в усьому фізичному й органічному світі планети: спалахують вогні полярного сяйва, Землю охоплюють магнітні бурі. Разом із тим ці процеси впливають на соціальне життя людей, їхнє самопочуття, зокрема різко

збільшується кількість раптових смертей, епідемій, нещасних випадків тощо. У цій концепції людина виступає як біоенергетична істота, яка входить до складної системи земних та космічних зв'язків і взаємодії.

Друга форма життя — соціальна, вона є соціокультурним явищем. Її зміст і структура формуються в процесі соціалізації особистості й у процесі її реальної життєдіяльності.

Соціальне життя — це життєдіяльність людини як соціальної істоти, члена суспільства. Воно не відторгає, а в перетвореному вигляді містить у собі форми життя людини як природної істоти. Але саме соціальна форма життя як сутнісна характеристика буття людини надає їй суто людського сенсу.

Соціальне життя — це форма існування й життєдіяльності людини як члена суспільства, що належить до тієї чи іншої соціальної спільноти (людство, цивілізація, держава, нація, клас, соціальна група, сім'я). Зміст соціального життя становить діяльність людини. Діяльність, своєю чергою, спрямована на освоєння світу та його перетворення з метою задоволення матеріальних, соціальних і духовних потреб людей, а також розвитку людини в процесі її соціально-перетворювальної діяльності.

Соціальне життя виступає у двох формах — суспільній та індивідуальній. *Суспільне життя* — це сфера, суб'єктом якої є суспільство, простором — соціальний простір, на якому розгортається багатогранна діяльність людей як акторів соціокультурних процесів.

Індивідуальне життя є більш особливим (або більш загальним) виявом суспільного (“родового життя”). Але їхня єдність включає й суттєву відмінність. В індивідуальному житті неповно і багато в чому суперечливо відбивається життя суспільства, класу, соціальної групи. Крім того, індивідуальне життя — найскладніше переплетення необхідного та випадкового, конкретно-історичного та індивідуально-особливого. У житті кожного індивіда є свої злети та падіння, які не можна пояснити лише подіями суспільного життя. Індивід, наприклад, не одразу знаходить своє покликання, своє місце в житті. Найважливіші події в житті суспільства накладають глибокий відбиток на індивідуальне життя кожного громадянина і по-різному впливають на індивідуальний життєвий шлях людей. Індивідуальне життя включає в себе приватне і особисте життя.

Приватне життя — це сфера особливих чи групових інтересів особистості. В приватному житті у людини є ширший простір свободи у виборі стилю життя, у розпорядженні своїми матеріальними, соціальними й особистими можливостями. Приватне життя менш підвладне суспільному контролю, хоча й залежить від нього. Приватне життя — це сфера реалізації життєвого потенціалу особистості як суб'єкта життя. Воно тісно змикається і переплітається із суспільним життям. Приватну форму життя ми розглянемо більш детально у другому параграфі розділу.

Особисте життя — складова індивідуального життя. У цій сфері людина має ще ширше поле для самоздійснення і самовираження відповідно зі своїми самоцінностями. Особисте життя охоплює всі ситуації та дії (любов, особисті аспекти подружнього життя, родинних стосунків, дозвілля тощо), у дотриманні яких кожен є вільним і особисто відповідальним. Суспільне та індивідуальне життя — це немов два полюси, між якими знаходиться арена приватного життя. Особисте життя розташоване далі від суспільного, в його ареалі — інтимне і таємне життя.

Інтимне життя — це досить широке поле подій, переживань, до яких вплетені “тонкі структури” (Ю.Канигін). Особистість як суверенна істота, наділена автономією в системі суспільних відносин, прагне збереження інтимного, суто особистого життя як вияву її самобутності, її “Я”. Особистості й нікому іншому належить виняткове право вирішувати, кого впускати в цю сферу її буття, чим її заповнити, які форми життєдіяльності обирати (якщо, звісно, це волевиявлення не шкодить іншим людям і не має протиправного характеру). Втручання в цю “свята святих” людського духу унікального, неповторного “Я” неприпустиме. Особистість охороняє цю форму свого існування, а демократичне суспільство накладає “табу” на вторгнення в храм людської душі та духу. Це найвища форма виявлення гуманізму й демократії у функціонуванні суспільної системи.

Таємне життя — це той аспект життя, що охоплює вчинки, діяння, думки, почуття особистості, які вона не відкриває сторонньому спостерігачеві. Ф.М.Достоевський зазначав, що в пам'яті особистості є такі моменти, які вона навіть собі не відкриває повністю. “Є у спогадах кожної людини такі речі, які вона відкриває

не всім іноді й друзям, а тільки собі самій, і то під великим секретом. Але є, нарешті, і такі, які навіть і собі людина відкривати боїться, і таких речей у всякої порядної людини досить багато. Тобто навіть так: чим більш вона порядна людина, тим більше у неї їх є” [5, с. 430].

У культурі й реальному житті існує також вимір життя, коли в ролі індикатора виступає міра її відкритості, яка визначається тим, наскільки діяння та якості особистості суттєві для членів групи або для всієї групи та її цінностей. Саме цей індикатор є лінією, що розмежовує публічне і приватне.

Публічне — все те, що в даній групі й за даного рівня рефлексії динаміки соціального життя вважається (не суттєво, об’єктивно чи ні) важливим, або таким, що має суттєві наслідки для долі й існування всієї групи та її цінностей. Погляди членів цієї групи на те, яка поведінка або властивості членів групи відповідають її інтересам і є важливими для всієї групи та її цінностей, а які ні — можуть бути і насправді бувають об’єктивно хибними. Але оскільки ці погляди вважаються правильними, вони сприяють створенню певних соціальних норм, одні з яких щось вимагають, а інші — забороняють.

Сфера публічного поділяється на сферу очевидного і таємного. Те, що очевидне, відкрите для всіх членів групи, тоді як таємне може бути надбанням лишень певної категорії осіб, окремої частини групи. Таємне — всі ті справи, які в разі представлення “чужим” ба навіть звичайним членам групи загрожують або можуть суттєво загрозувати добробуту й цінностям групи.

Розглядаючи цю низку понять, наголосимо, що всі форми життєдіяльності людини органічно пов’язані між собою. Також вони можуть мінятися місцями залежно від соціокультурного контексту (в різних культурах і за різних суспільних порядків є дуже велика різниця між тим, що належить до суспільного й індивідуального, публічного й приватного життя), залежно від системи координат та соціальних зв’язків, у яких розглядається та чи та форма життєдіяльності людини. Так, скажімо, якщо чоловік зраджує своїй жінці, це може залишитися їхньою приватною справою, якщо вони розглядаються як приватні особи, але якщо в таку ситуацію потрапляє державна особа, то це вже не може бути її приватною справою,

оскільки це заторкує суспільні звичаї й набуває громадянського, державного резонансу, стає публічним фактом, що може мати доволі суттєві наслідки. Як відомо, адюльтер американського президента Білла Клінтона свого часу набув світового резонансу й ледь не завершився його імпічментом.

При визначенні якості життя широко застосовують поняття “буденне життя”, “повсякденне життя”. Ці поняття розглядають переважно як синоніми. Так, М.Штангель у книжці “Мова тіла” потлумачує буденне життя як приватне, повсякденне життя людини. Але між цими поняттями є, мабуть, дуже тонка, але все ж таки різниця. *Буденне життя* — це індивідуальне життя людини, яке охоплює різні сторони в цілісній динаміці її повсякденної життєдіяльності. Але в понятті “буденного життя” відбито, як нам здається, переважно стихійно-подієвий рух життя в його безпосередній данині. Те, що повторюється день у день, стало стереотипним, звичним і має значення переважно для окремої людини або вузького кола осіб. Натомість поняття “повсякденного життя” охоплює не лише буденний, стереотипний, традиційний життєвий цикл, що повторюється, а й рівень життєвих новацій, “проривів” буденного, звичного, постійного. У творчої особистості, яка самоактуалізується, повсякденне буття є простором не тільки буденних, а й неординарних діянь, здобутків, переживань. Слід відзначити, що гуманістична психологія і цивілізаційний підхід до людського життя не приймають зневажливого ставлення до повсякденного життя, бо це існування людини, яке має свій сенс і свою цінність, хоча й не демонструє повноти людського буття. Повсякденне життя — це наше звичне середовище існування. Повсякденне життя, “життя вдома слідує приватному організованому зразку, у нього є свої певні цілі й засоби, які добре себе зарекомендували для їх досягнення”[6, с. 210]. Звісно, високе покликання кожної людини — жити так, щоби її життя наповнювалося не лише дрібницями побуту, а й було насичене суспільними, громадськими справами. Однак це ідеальне прагнення. Реальний життєвий процес сьогодні такий, який є: з його дрібницями і повсякденними турботами. Його слід реалістично сприймати, роблячи одночасно все необхідне й можливе, аби життя кожного було повним, багатим і гідним. На соцієтальному рівні це досягається забезпеченням

необхідних соціальних умов для високої якості народного життя, а також належної системи освіти й виховання. На рівні індивідуального життя передбачається активність і відповідальність особистості за те, яке життя, який життєвий шлях як спосіб її унікального буття в світі вона обирає.

Приватне життя як соціокультурний феномен

Приватне життя, яке не знає нічого
за межами свого дому,
хоч би як воно влаштувалося, бідне.
О.Герцен

Звертаючись саме до проблеми приватного життя і на ньому зосереджуючи свою увагу, наголосимо, що людина як особистість проживає своє життя, підкорюючись стихії життєвого потоку і водночас здійснюючи більшою чи меншою мірою цілеспрямовану діяльність зі свого життєвладування, намічаючи свої життєві цілі та плани, здійснюючи свідомий вибір у спектрі шансів і можливостей, якими вона володіє і які надають їй соціальні й особисті життєві обставини, на власний розсуд обираючи засоби щодо розв'язання поставлених перед нею завдань.

Однак кожна особа живе в суспільстві, з яким вона пов'язана економічними, політичними, соціальними, соціокультурними та іншими суспільними відносинами. Відтак вона бере участь в житті всього суспільства, виконуючи різні ролі, які ведуть до реалізації й задоволення суспільних інтересів та потреб, а також розв'язання загальносоціальних завдань.

Унаслідок зазначеної дихотомії людське життя протікає у двох формах: родовій (суспільній), де людина виступає як представник людського роду, громадянин своєї Вітчизни, представник певного класу чи іншої соціальної верстви та індивідуальній, де вона діє як суверенна, певною мірою автономна особистість, яка на свій манер організовує й здійснює життя. Індивідуальне життя буває або більш особливим, або більш загальним виявом соціального життя, що визначається, з одного боку, панівними суспільними відносинами та соціальним порядком (традиціями, укладом життя,

чинними нормами, цінностями, менталітетом), а з іншого — рівнем розвитку особистості як індивідуальності.

Приватне життя особистості перебуває на перетині суспільного й індивідуального життя, змикаючись із відзначеними формами життєдіяльності. Переплетення приватного життя із цими формами настільки тісне, що створює великі труднощі в разі необхідності розподілу й виокремлення тієї чи тієї форми життєздійснення в наукових чи практичних цілях. Так, в юридичній практиці нерідко виникають складні колізії через неочевидність чи то суспільного, чи то приватного характеру дій, учинків особистості.

Приватне життя особистості можна розглядати у двох аспектах: по-перше, як соціальний і життєвий простір, середовище, в якому проходить це життя; по-друге, як саму систему життєдіяльності й цінностей людини, її економічної, соціальної, сімейно-побутової поведінки.

Розподіл соціального життя людини на дві більш-менш відокремлені сфери: публічну і приватну — явище історичне. Для первісного суспільства характерною була цілісність, яка значною мірою мала форму стихійного природного процесу. Однак у всіх складних суспільствах акцентується відмінність між публічним і приватним, але визначення і структура приватного життя варіюють від одного суспільства до іншого залежно від таких чинників, як влада, релігія, дім і родина. “Що є приватне, а що — публічне, визначається передовсім культурним дискурсом” [7, с. 641].

Абстракція приватного життя — продукт Нового часу. Стосовно наукової рефлексії з приводу приватного життя припускається, що першим мислителем, який спробував розмежувати приватне та суспільне, був Аристотель. Він розподіляв “суспільну сферу” політичної активності громадян і їхню “приватну сферу”, до якої відносив родину й особисте життя. У Новий час з’явилися фундаментальні, незрідка багатотомні праці, присвячені проблемі приватного життя: “Історія приватного життя французів”, “Історія приватного життя в минулому” та ін. Однак при висвітленні історії приватного життя автори всіх праць відповідно до ментальності того часу розуміли першою чергою історію повсякденності й побуту, причому в більшості випадків ішлося про приватне життяправлячої верхівки.

Уже у другій половині ХХ століття формується новий підхід до аналізу приватного життя, здійснюється переосмислення всіх форм приватного й особистого життя як елементів єдиної і взаємопов'язаної системи поведінкових стереотипів схильних до періодичних змін. Фундаментальним дослідженням приватного життя цього періоду є проект французьких істориків “Історія приватного життя” (головним чином у Європі), результати якого викладено у п'ятитомному виданні “Histoire de la vie privée” [7; 8]. Досить активно приватне життя вивчають російські вчені, зокрема історики. Здійснюється багатоаспектний проект “Історія приватного життя” [9].

У публікаціях подано різні концепції й інтерпретації приватного життя. Обсяг цього поняття, структура приватного життя стосовно різних історичних епох по-різному трактуються окремими авторами. Фактично до цього часу не вироблено чіткої дефініції приватного життя, що зумовлено передусім розмитістю й нечіткістю просторово-темпоральних меж самого субстрату, а також його мінливістю в історичному і культурному ракурсі.

За всього різночитання в інтерпретації феномена приватного життя, яке має місце в науці, дослідники сходяться в тому, що атрибутивними характеристиками приватного життя є його *недоторканність і право людини на таємницю* в сфері її приватного і, тим паче, особистого життя. Недоторканність приватного життя включає *фізичну недоторканність*, тобто захист від засобів медичного примусу; *територіальну недоторканність*, першою чергою житла й інших приміщень; *недоторканність персональних відомостей* про дану особу; *комунікативну приватність* — таємницю листування і телефонних розмов, інших сучасних засобів спілкування. Дослідники наголошують, що таємницю приватного життя складають відомості, які мають власне особистий характер (взаємовідносини, зв'язки, звички, погляди, зустрічі, обставини інтимного життя, схильності, пристрасті, приховані фізичні вади, дефектне соціальне минуле, наприклад, знята чи погашена судимість, нервово-психічні аномалії тощо), розголошення яких особа вважає небажаним. Сюди належать також таємниця творчості та спілкування, таємниця проживання, щоденників, особистих паперів, листування, телефонних, телеграфних та інших повідомлень. Людині потріб-

на “зона безпеки”. І це не просто особиста перевага, це важлива вимога ефективності соціальної структури. Право на недоторканність приватного життя й створює цю зону безпеки, забезпечує людині особисту автономію, особисту незалежність. Як вважають антропологи і психологи, почуття приватного, почуття недоторканності певної “своєї” сфери життя — це біопсихологічна властивість, яка притаманна людині. Можливість відособлення від інших, від суспільства є конче важливою для індивіда. Зазначено, що, по-перше, це є передумовою особистої свободи й автономії, бо дає людині змогу зробити вибір, розробити позицію, з якою вона виступає в суспільстві, запобігає або принаймні заважає перетворенню індивіда на маніпульований об’єкт. З іншого боку, певне відособлення створює для людини певну зону безпеки, котра дає їй змогу адаптуватися до навколишнього людського середовища й виживати в сучасному досить інтенсивному житті [9].

Акт втручання зовнішніх соціальних сил у приватне життя не має однозначного прочитання стосовно різних історичних періодів і культур. Якщо для сучасної людини природно сприймати будь-які обмеження в зміні місця проживання чи у виборі шлюбної партії як недопустиме втручання в приватне життя, то, за даними про античні й феодальні держави, обмеження такого роду сприймалися як нормальне явище, або не викликало здивування регулювання владою таких аспектів поведінки як вибір фасону чи кольору одягу людини, допустима кількість одягу, можлива цінність прикрас тощо. Своєю чергою, зрозумілою вважалася готовність правителя — та й будь-якої знатної людини — підкорити своє особисте життя політичним інтересам тієї державної структури, яку він репрезентував [9, с. 345–346].

Наголосимо: *приватне життя* — це невід’ємна складова цілісного життя людини як члена суспільства, громадянина, працівника, сім’янина, споживача. Ця сфера життя охоплює той соціальний та індивідуальний простір і ту систему життєдіяльності людей, які пов’язані з приватним (не державним, не суспільним) володінням, господарюванням, діяльністю й відносинами, індивідуальним та груповим почином, саморозвитком і самодіяльністю відповідно до особистих чи групових інтересів.

Отож, виступаючи складовою цілісної системи життєдіяльності людини, приватне життя має певне особисте поле життєдіяльності. У цій сфері людина “у себе вдома”, тобто може повніше реалізувати себе, свої інтереси, потреби і навіть примхи. Людина може вільніше розпоряджатися своїми фінансами, своїм людським потенціалом, обирати форму діяльності, вид хобі, коло спілкування, форму відносин із рідними, близькими, обирати ту модель життя, яка їй більше подобається або надасть більше вигод (це визначається залежно від того, на що вона зорієнтована в житті: живе за моделлю “бути” чи “мати”). У такому разі людина менш схильна до оцінки “збоку”, до контролю держави, суспільних інститутів.

Особистість як індивідуальна соціальна істота повинна мати право на різні форми відхилення від норм суспільства у своїй життєдіяльності, особливо духовній, мати можливість піти чи навіть втекти від буденної суєти, мати можливість зосередитися на розв’язанні світоглядних, моральних та інших проблем.

Ю.Замошкін, звертаючи увагу на цю обставину, посилається на приклад історичних осіб (Локк, Джеферсон, Руссо, Моро та ін.), для яких відокремлення було засобом удосконалення, досягнення високої мудрості. Вони виступали за автономію та свободу в сфері духу та міжособистісного спілкування у сфері приватного життя [10, с. 3].

Низка смислових відтінків приватного життя має загальноцивілізаційне значення. Разом з тим у кожного народу є особливі історичні традиції в життєустрої, зокрема й у здійсненні його приватних форм. У цій сфері найвиразніше виявляється етнічний колорит: традиції, звичаї, обряди, етнічна ритуальна система, весь спектр етнічної ментальності, що збагачує життя.

Приватне життя має складну структуру. Ю.Замошкін окреслив такі більш-менш сталі його аспекти:

- внутрішнє, духовне життя, суверенність, свобода людини у сфері духу;
- сфера безпосереднього міжособистісного спілкування (захист таємниці міжособистісних контактів, комунікацій — листування, телефонних розмов, а також зв’язків за допомогою комп’ютерної пошти), свобода вибору партнера спілкування та форми спілкування;

– рішення та дії, які стосуються особистого й сімейного спілкування;

– майнові відносини, реалізація яких виводить на проблему приватної власності [10, с. 3].

Утім, приватне життя не вичерпується цими елементами. До моделі приватного життя, поряд зі спілкуванням, споживанням, володінням, ми включаємо також відповідні форми *трудової діяльності*, які здійснюються на підставі *приватної власності*. Таким чином, структура приватного життя, в нашому розумінні, охоплює приватну справу, сімейне життя людини, її хобі, інші форми її діяльності за межами ділової активності й спілкування — відпочинок, самоосвіту тощо. Приватна справа як невід’ємний компонент приватного життя (більше за інші структурні елементи) виводить людину за межі приватного життя на ширший соціальний простір.

Слід зазначити, що багато дослідників розглядають працю як виконання особистістю соціальних ролей у межах суспільних форм життя, а приватне життя — як життя людини “після роботи”. Враховуючи цивілізаційні тенденції розвитку сучасних суспільств, а також трансформації, яких зазнає наше суспільство в процесі переходу до ринкових відносин, цей підхід до структури приватного життя потребує деякого коригування.

Доцільно характеризувати приватне життя як багатопланове явище, яке пов’язане з різноманітним спектром господарювання особистості (індивідуальним, сімейним, груповим) і базується передусім на приватному (недержавному, несупільному) володінні. Цей аспект діяльності особистості можна схарактеризувати як “приватну справу”, “приватний бізнес”, “приватне підприємство”.

Міра *автоматизації й інтеграції* приватного життя в загальну систему життєдіяльності суспільства залежить від:

- рівня розвитку та цивілізованості суспільства;
- типу та форми правління;
- рівня розвитку громадянського суспільства;
- ментальності суспільства.

Слід звернути увагу на те, що поряд із розглядом приватного життя у співвідношенні його з публічним у наукових працях має місце й інший підхід, а саме: аналіз дихотомії “приватне-суспіль-

не” [11, с. 149–152]. Такий підхід нам видається правомірним. Він дає можливість багатогранніше окреслити поле приватного життя й осмислити його місце в загальній структурі життєдіяльності людини.

Суспільне і приватне життя можна уподібнити до двох сполучених посудин. Відхід від суспільних форм життя та замикання в сфері приватного, а тим паче особистого життя збіднює життя, породжує нудьгу, зменшує інтерес особистості до життя й веде в ускладнених випадках (для деяких це відхід на пенсію чи втрата роботи) до драматичних наслідків. Своєю чергою, поглинання приватного життя суспільними формами, повне підкорення, скажімо, приватного життя потребам виробничих обов’язків не тільки збіднює, а й серйозно деформує життя, як це яскраво, показано у фільмі “Приватне життя”, герой якого, пішовши з посади директора великого заводу, виявляє повну непоінформованість і безпорадність у сфері приватного, першою чергою, сімейного життя. Цей сценарій — типова картина життя багатьох громадян за умов тоталітарного режиму з його необмеженою владою над особистою долею людини.

Коли життя людини перетворюється на функціональний додаток до її професійної ролі, немов шагренева шкіра звужується поле її приватного життя, зокрема особистого в структурі останнього.

Якщо приватне життя позбавлене (частково чи навіть повністю) суспільних інтересів, воно обертається лише навколо особистої вигоди, замикається у вузькому світі власних корисливих, буденних запитів. Людина відштовхує від себе інтереси, потреби, біль та страждання інших, живучи за принципом “моя хата скраю”. У сфері ділової активності людина в цих обставинах часто буває під владою прагнення “урвати” й привласнити з метою насичення своїх особистих, найчастіше корисливих потреб. Такого сенсу приватне життя набуває в періоди соціального застою, стагнації суспільства, спаду соціально-політичної й громадянської активності, а також за часів глибоких соціальних перетворень, про що свідчить наше сьогодення.

Резюмуючи, можна зафіксувати такі особливості приватного життя як специфічного соціокультурного феномена:

— приватне життя певною мірою (в різних культурах і в різних соціумах) автономне в системі соціальної життєдіяльності суспіль-

ства. Автономія приватного життя невід’ємна, бо сягає корінням природи людини як суверенної істоти, яка володіє тією чи тією мірою свободи в системі суспільних відносин. Це слугує *онтологічним* підґрунтям прагнення особистості чи соціальної групи в структурі суспільства за своїм бажанням влаштовувати й здійснювати своє життя, що породжує приватну та особисту форми буття людини;

– втручання держави і соціальних інститутів у приватне життя регламентується особливими правовими (у тому числі записаними в конституції держави), моральними соціально-психологічними нормами (зокрема традиціями, звичаями тощо); довільне втручання в приватне чи особисте життя є неприпустимим (у демократичних державах це розцінюється як протиправна дія, що карається);

– приватне життя охоплює не весь соціальний простір, а лише ту його частину, в межах якої здійснюється життєдіяльність певної особистості чи групи як суб’єктів особливого способу життєдіяльності;

– у сфері приватного життя особистість виступає суб’єктом життєвого процесу не як окрема одиниця, а як член певної *малої* групи (родинні, професійні групи, коло друзів тощо), тоді як у суспільному житті вона включається до процесу життєдіяльності як член *великої* соціальної спільноти (класу, нації, професійної структури), в сфері особистого життя вона реалізує себе як *індивідуальність*, тобто особистість, яка наділена власним внутрішнім світом, самосвідомістю і саморегуляцією поведінки, розвиненим “Я”, тобто як відносно *самоорганізаційна* система.

У процесі трансформації українського суспільства сфера приватного життя зазнає суттєвих змін:

– інтенсифікується процес *інституціоналізації* приватного життя, яке стимулюється, по-перше, становленням інституту приватної власності, що передбачає політико-правове забезпечення таких компонентів приватного життя, як приватна справа й майнові відносини людини; по-друге, певною демократизацією суспільства, яке постулює визнання самоцінності особистості, її пріоритетність у системі суспільних цінностей і пріоритетів;

– у зв’язку з ціннісно-нормативним вакуумом, загальною *маргіналізацією* в суспільстві сформувалася тенденція до *знецінення*

суспільних інтересів і *розростання* приватних, причому переважно утилітарного характеру;

— мірою послаблення кризових явищ у суспільстві зростає активність особистості в побудові свого приватного життя і міра її відповідальності як вияв зростання самосвідомості людини та її прагнення повноти життєвої самореалізації. Відповідно до цього поступово долаються патерналістські настрої й орієнтири.

***Стиль приватного життя особистості:
межа відповідальності індивідуального вибору***

Людина, яка сподівається на випадок,
перетворює своє життя на лотерею.

Т.Фулєр

Звертаючись до теми “Стиль приватного життя особистості”, ми виходимо з того, що приватне життя особистості — це те поле існування людини, де найвиразніше викристалізуються особливості *стилю* індивідуального життя і де найбільшою мірою виявляється *свобода*, а разом і *відповідальність* особистості в побудові її життя, бо саме особистість відіграє головну роль в процесі кристалізації стилю свого життя. Це дає можливість з’ясувати низку важливих питань: якою мірою трансформуються традиційні стилі приватного життя громадян, які форми й аспекти життєдіяльності найбільше зазнають певних змін, якою мірою активність особистості впливає на вибір стилю свого індивідуального життя, якою є міра відповідальності особистості за вибір стилю свого життя, свого життєвого шляху. Відзначимо, що в даній студії ми не ставимо собі за мету з’ясувати всю низку цих питань й створити картину стилів приватного життя в сучасному українському суспільстві, а зосередимо увагу на проблемі *психологічної* детермінації стилю життя особистості й, насамперед на ролі в цьому процесі *відповідальності* особистості за життя, яке вона проживає, враховуючи, що саме особистості належить головна роль у процесі формування стилю її приватного життя.

У дослідженні ми оперуємо поняттями “спосіб життя”, “стиль життя”, “варіанти життя”.

Спосіб життя — це соціологічна категорія, система сталих, типових для даного суспільства способів, форм і видів життєдіяль-

ності, взятих у сукупності видів діяльності (пізнавальної, перетворюючої, споживчої, спілкування, праці і відпочинку), які являють собою сутнісний вияв і відтворення життя як способу людського буття. Це своєрідна картина того, як конкретно живуть люди за умов їхнього соціально-історичного і соціокультурного буття. Ця картина відображає не тільки *об'єктивну* реальність життєдіяльності соціального суб'єкта, умови його існування, а й *суб'єктивну* реальність — спосіб думок і палітру почуттів, ідеали, які сповідує, систему цінностей, вірування і пріоритети, яких дотримується.

Стиль життя — *соціально-психологічна категорія*, характеристика життєдіяльності та соціальної поведінки особистості й суспільної групи, які є наслідком *вибору* в межах даного способу життя. Це індивідуальний або груповий спосіб реалізації соціальним суб'єктом соціальних можливостей, котрий розкриває міру і способи такої реалізації. Вибір певних форм поведінки здійснюється або як свідомий вольовий процес, що відбувається на підставі свідомості, співвідношення, зважування, обміркування, оцінювання або має опосередкований характер. В останньому випадку вибору як такого не відбувається, радше має місце дотримання традицій, звичаїв, зразків поведінки, прийнятих у референтній групі.

Варіанти життя — *психологічна категорія* — це спосіб, манера повсякденної поведінки людини, які вона свідомо чи підсвідомо обирає з усього арсеналу можливих життєвих технік і яких вона дотримується в своєму індивідуальному повсякденному існуванні.

Головною тенденцією суттєвих змін у просторі приватного життя, що розширює свободу вибору стилю життя та моделі поведінки, є поступовий відрив особистості від “пуповини суспільства” (Ф.Енгельс), піднесення рівня її *суб'єктивності*, що супроводжується збільшенням свободи і відповідальності особистості в побудові особистого життя, у виборі свого життєвого шляху, стилю життя. Це загальноцивілізаційний процес, який відповідає його імперативам.

Певна віддаленість особистості від соціуму не означає розриву зв'язків індивіда з суспільством (такі казуси, на щастя, трапляються нечасто), але вони набувають сенсу *суб'єктивності*, тобто виступають як результат особистого вибору. Стосовно окремого члена суспільства можна сказати, що він одночасно екстерналізує себе

в соціальному світі й інтерналізує останній як об'єктивну реальність. Інакше кажучи, бути в суспільстві — означає брати участь в його динаміці [12, с. 211].

Але індивід не народжується членом суспільства. Він народжується “зі схильністю до соціальності” [12, с. 211]. При цьому людина входить у світ, який існував до її народження, і цей світ від самого початку є не лише фізичним, а й *соціокультурним*. Лише в результаті соціалізації, тобто освоєння світу, набуття свого місця в соціальній ієрархії індивід стає членом суспільства. “Щойно спостерігається феномен специфіки людського, ми вступаємо у сферу соціального. Номо Sapiens завжди тією самою мірою є Номо Sozius” [12, с. 87].

Отже, та частина світу, яку людина сприймає, фільтрується її свідомістю, унікальним індивідуальним досвідом, культурою, цінностями, інтересами, установками, життєвою позицією. Чим багатший внутрішній світ людини, тим повніше й глибше відображає вона зовнішній світ у своїй свідомості, у своїй когнітивній карті, моделі світу. “Ця когнітивна модель світу завжди умовна, обмежена, вибіркова” [13, с. 44]. Причому певні фільтри, які кожна людина накладає на своє сприйняття світу, не дають їй змоги здобути остаточну істину. Неявне, неформалізоване знання осідає у підсвідомості людини у вигляді інстинктів, ірраціональних передчуттів, установок, уявлень, які досить суттєво впливають на її реальну поведінку.

Оскільки всі соціальні світи мають певні загальні риси, в процесі сприйняття світу формуються *загальнолюдські якості й загальні риси* соціального буття людей.

Усе викладене вище стосовно особливості існування людини у світі диктує необхідність розглядати індивідуальне буття людини, її приватне й особисте життя *в контексті соціальних детермінант*, і передусім тих *соціокультурних* процесів, які розгортаються на історичному просторі даного суспільства.

Звертаючись до проблеми стилю приватного життя людини, слід наголосити, що він є продуктом історичного розвитку, бо вироблений соціальною практикою людства і відтворюється в часі, зазнаючи певних змін під впливом історичних соціокультурних трансформацій. Залежно від конкретних соціальних обставин

і особистих психологічних детермінант індивід обирає певний стиль свого приватного життя. Але свобода вибору має відносний характер. Хоча існує багаточисельність варіантів вибору, *типові* стилі, способи діяльності й моделі поведінки, які функціонують і визнаються суспільством, справляють доволі жорсткий *нормативний* вплив на стилі життя індивідів. Значну роль у цьому процесі відіграють *традиції*. Як наголошує Е.Гіденс, традиція є дещо більше, ніж особлива форма переживання темпоральності; вона уособлює етичну владу того, “що відбувалося раніше”, над безперервною цілісністю повсякденного життя” [14, с.286]. Змістово роль традицій та інновацій у нашому суспільстві в контексті його соціокультурної трансформації розглянуто в публікації О.Злобіної і В.Тихоновича “Традиціоналізм та інновація в українському вимірі” [15]. Наголошується особлива гострота проблеми традиційних (узвичаєних) і новітніх спонукувальних механізмів життєдіяльності суспільства, його життєздатності й потенціалу розвитку за умов сьогодення. Крах старих ціннісних нормативів у нашому суспільстві супроводжується відродженням національних культур і традиційного етносу як визначальних чинників суспільного життя і одночасним розвитком демократичних інституцій на принципах ліберальних цінностей західноєвропейських суспільств, що призвело до загострення суперечностей між нормативними вимогами традиції та сучасності. Звертається увага на небезпечність архаїзації й міфологізації суспільної свідомості, що має місце в нашому сьогоденні. Традиції, як свідчить історичний досвід, відіграють як *позитивну* роль, полегшуючи процес соціалізації індивіда, так і *негативну*, зокрема, можуть обґрунтовувати й підкріплювати рутину, обмежуючи поле свободи. Тим не менше, вільна діяльність людини, як зазначав Ю.Левада і демонстрував це особистим життям, “існує і може існувати в усіх сферах її життя та часу, на перетині впливів різних соціокультурних сил, у боротьбі з ними — і поза їхніми межами” [16, с. 13].

Утім, свобода вибору стилю життя може обмежуватися не тільки обставинами об’єктивного порядку, бо певний вплив на цей процес справляє явище, що дістало назву “*хабітуалізація*”. Будь-яка людська діяльність підлягає хабітуалізації (тобто озвиченню). “Будь-яка, часто повторювана дія, стає зразком, у подальшому

вона може бути відтворена з економією зусиль й “*ipso facto*” усвідомлена як зразок її виконавцем. Крім того, хабітуалізація означає, що розглядувана дія може бути знову здійснена в майбутньому в той самий спосіб і практично за допомогою тих самих зусиль. Навіть ізольований індивід на безлюдному острові, що вже ввійшло у приказку, робить свою діяльність звичною” [12, с. 90]. Завдяки хабітуалізації стає необов’язковим визначати кожен ситуацію заново. Це позбавляє людину тягаря прийняття рішення, бо вона може спиратися на рішення, що їх приймали раніше за подібних чи близьких до цього ситуацій. Відтак важливим психологічним наслідком хабітуалізації є певне зменшення різних виборів, а отже, й економія енергії людини для виконання нею різноманітної й багатоаспектної діяльності.

Стиль приватного життя може бути людині нав’язаний. Так, обираючи ту чи ту професію, вона водночас постає перед необхідністю відповідно організувати своє приватне життя: розпорядок, коло інтересів і спілкування, манеру проведення вільного часу тощо. Скажімо, сьогодні у засобах масової інформації широко висвітлюється не лише професійне, а й приватне життя митців, особливо співаків і музикантів. Іноді втручання в їхнє приватне життя переходить всілякі допустимі межі. Однак велика кількість інформації про життя причетних до шоу-бізнесу дає можливість пересвідчитися, наскільки жорсткими є рамки та вимоги цього виду професійної діяльності до організації життя, зокрема приватного.

У сучасному високотехнізованому інформаційному світі створено розгалужену систему *маніпулювання* свідомістю людей, у тому числі з метою нав’язування певних стилів життя. Наприкінці ХХ століття виникає “*риннок стилів життя*”, на якому представлено багато інтелектуальних течій, шкіл, сект, релігійних громад, суспільних організацій. Дедалі відчутнішою є роль у цьому комп’ютерних технологій, які не тільки пропонують певні стилі життя, а й формують відповідний стиль поведінки людини. Свого часу О.Злобіна дуже вдало змалювала так звану “екранну версію життя” [17, с. 31–35].

Приватне життя може здійснюватися за моделлю “*закритої системи*”, тобто проходити й відтворюватися лише в колі повсяк-

денних, приватних, переважно побутових інтересів та справ і бути відмежованим від громадських, державних, суспільних інтересів та справ. У масовому масштабі така модель життя існує за умов соціального руйнування суспільства. Вже у давньому світі ми натрапляємо на сценарій такого життя. Яскраву картину життя афінських обивателів наприкінці IV століття залишив Феофраст у своїх “Характерах”. Для більшості громадян, констатує філософ, соціальне життя, позбавлене громадянського смислу, стало буденним, сірим. Обиватель замкнувся в домашньому побуті. Феофраст зазначає: “Нема вже більше ані трагедії з її світовими проблемами, ані політичної комедії Аристофана. Колишній центр політичного життя міста — афінська агора, де раніше вирували політичні пристрасті, перетворився на великий ринок із усілякими товарами на всі смаки, тут були обмінні крамнички (банкірські контори), гральні кубла, дома розпусти, харчевні, цирульні, де завжди було повно народу. Цей народ, який з ранку до вечора юрмився на ринку, й становив основну масу вільних афінських громадян, які поринули в дріб’язку повсякденних справ, плітках і пересудах, масу, яка не мала не лишень громадських, а й жодних духовних інтересів і перебувала на межі деморалізації” [18, с. 11].

За умов кризи нашого суспільства, а тим паче на перехідному етапі його оновлення ця модель життя, за якої людина зосереджується на своїх буденних інтересах і потребах і відсторонюється від суспільних, громадських справ, набуває дедалі масовішого характеру в результаті розчарування громадян у значущості суспільних змін, зростання недовіри до інститутів влади, формування політичного інфантилізму. Таке звуження громадських, духовних інтересів людини може стати для неї духовною драмою, адже подібний стиль життя деформує психологічний світ людини, її світосприйняття.

Антуан де Сент-Екзюпері дає яскраву й гостру характеристику соціально і психологічно “непробуджених людей”, існування яких замикається на колі їхніх егоїстичних інтересів, які відсторонюються від світу, від простору громадської діяльності. “Ти побудував свій тихий світ, замурував усі виходи до світла, як це роблять терміти. Ти згорнувся клубком, вкрився в своєму обивательському

благополуччі, в закоренілих звичках, у затхлому провінційному укладі, ти створив цей глибокий оплот і сховався від вітру, морського прибою та зірок. Ти не бажаєш ускладнювати себе великими завданнями, тобі й так нелегко вдалося забути, що ти — людина... Глина, з якої ти зліплений, висухла й затверділа, і вже нічого у світі не зможе пробудити в тобі музиканта, який заснув, чи поета, чи астронома, який, може, жив колись у тобі” [19, с.15].

Як свідчить наше сьогодення, такий стиль життя досить поширений у суспільстві. Значна частина громадян не бере активної участі в суспільному житті й зосереджується на своїх приватних інтересах. Постає вельми красномовна картина, коли ми, приміром, звернемося до аналізу даних щодо участі наших громадян у тій чи тій громадській або політичній організації, причому спостерігається тенденція до зниження активності населення в цьому напрямі (табл. 7.1).

Таблиця 7.1

Участь громадян у громадських і політичних організаціях
(за даними моніторингу Інституту соціології НАН України, %)

<i>Пропоновані варіанти</i>	<i>1994 рік</i>	<i>2005 рік</i>	<i>2006 рік</i>
Клуб за інтересами	2,0	1,8	1,7
Політичні партії	0,7	2,5	4,6
Суспільно-політичний рух	0,4	0,4	0,8
Екологічний рух	1,3	1,1	0,9
Громадська організація, фонд, асоціація	0,7	0,7	0,9
Нетрадиційна профспілка	3,3	0,5	0,2
Творча спілка	1,2	0,8	0,5
Спортивний клуб, товариство	3,2	1,9	1,8
Об'єднання за фахом	2,7	3,3	1,9
Студентське товариство, молодіжна організація	1,7	1,3	1,3
Релігійна організація, церковна громада	3,0	3,8	2,6
Об'єднання фермерів	0,7	0,7	0,3
Інша організація, об'єднання, рух	0,7	0,8	0,8
Не належу до жодної громадської політичної організації чи руху	82,2	83,7	83,6
Не відповіли	0,9	0,0	0,1

Проглядається також значна пасивність людей в обстоюванні своїх прав та інтересів. На запитання: “Якби уряд України ухвалив рішення, яке утискає Ваше законне право та інтереси, чи могли б Ви щось зробити проти такого рішення?” у 2005 році 57,1% респондентів відповіли негативно, у 2006 році — вже 63,2%. Красномовними є відповіді респондентів на запитання: “У разі, коли порушено Ваші права та інтереси, які заходи та засоби обстоювання своїх прав Ви вважаєте найефективнішими і припустимими настільки, що Ви самі були ГОТОВІ ВЗЯТИ в них УЧАСТЬ?” 25,2% респондентів у 2005 році і 31,2% у 2006-му відповіли: “Жоден із заходів не здається мені ефективним і припустимим настільки, щоб я взяв (ла) у них участь”.

Досить показовими є дані стосовно готовності громадян брати участь у тих чи тих суспільних справах. З огляду на відповіді моніторингу на запитання: “Чи згодні Ви взяти участь у наведених видах діяльності і за яких умов?” допомогти хворим, інвалідам не згодні за жодних умов 17,7% у 2006 році (у 2005-му — 14,5%), допомагати бідним не згодні за жодних умов 17,3% у 2006 році (у 2005-му — 12,7%), брати участь у забезпеченні правопорядку не згодні за жодних умов 36,9% у 2006 році (у 2005-му — 33,2%). Певна частина респондентів ладна взяти участь у цих роботах за певну плату. Назагал громадяни мали рацію, коли в моніторинговому опитуванні 2006 року 57,7% вказали, що більшість людей не люблять обтяжувати себе допомогою іншим.

На підставі цих даних можна констатувати доволі низький рівень громадянських почуттів, особистісної готовності до солідарності з Іншим, Чужим, що не сприяє формуванню громадянського суспільства. Але це, зрештою, — продукт умов життя наших громадян, сповненого різних негараздів. Прикро, що ці умови культивують у свідомості людей байдужість до бід інших. І це усвідомлюється і викликає стурбованість у самих громадян. На запитання: “Чого з наведеного Вам не вистачає?” третина (31,8%) відзначили: “доброзичливості та співчутливого ставлення з боку оточення”. Показово: лише 0,4% відповіли, що це їх не цікавить. Вочевидь люди досить чутливі до цього у своїх взаєминах з оточенням.

У конструюванні індивідуального стилю приватного життя особливу роль відіграє *вибір*. Це мислительний, або поведінковий акт,

коли людина свідомо віддає перевагу тим чи тим обставинам, діям, соціальним чинникам, моделям життя тощо. Життєвий вибір можливий лише за певної *інтелектуальної й вольової* зрілості особистості. Інтелектуальна зрілість необхідна для повноцінного оцінювання життєвої ситуації, оскільки життєва проблема потребує розв'язання, оцінки особистих ресурсів, які можуть бути задіяні в конкретній ситуації. Вольова зрілість важлива для вибору певного варіанта поведінки, за наявності альтернативних варіантів, бо заботиться про коливання, маятниковій поведінці в полі набору можливостей, вона важлива також для втілення в практичні дії рішень, бо забезпечує подолання нерішучості, невпевненості, сумнівів, через які особистість може застрягти на півдорозі до мети. Розглядаючи вибір як вияв індивідуальної свободи особистості, слід особливо наголосити, що цивілізаційний тип свободи — це не анархічна воля, він передбачає наявність *культури свободи*, яка становить *духовно-моральні й вольові підвалини* справжньої людської самостійності. Свобода обирати чи конструювати власний стиль життя — це важливе досягнення в соціальному й індивідуальному розвитку людини. У цьому процесі втілюється прогресивна гуманістична тенденція історичного шляху. “Існує велика різниця в тому, — зазначав К.Маркс, — що варвари можуть бути до всього пристосовані або ж цивілізовані люди самі себе до всього пристосовують” [20, с. 731].

При виборі стилю життя, як і за будь-якого вибору імпліцитно присутні певний рівень *ризик*, небезпека вибору стилю життя, що не сприятиме повноцінній життєвій самореалізації особистості, її задоволеності обраним способом проживання життя, а навпаки — деформуватиме життєвий процес, гальмуватиме особистісне зростання і самоздійснення особистості. Так, скажімо, людина зосереджується на гедоністичній орієнтації у своєму житті, тобто, на отриманні від життя, головним чином, задоволення, причому задоволення стає основною метою життя, на його досягнення спрямовуються всі життєві плани. Задоволення можуть бути як фізичними (матеріальними, фізіологічними, статевими тощо), так і духовними. Але така життєва позиція і відповідний їй стиль життя можуть викликати дуже великі труднощі й проблеми в житті людини, навіть призвести до життєвого фіаско через вичерпання

матеріальних ресурсів або особистісного життєвого потенціалу [21, с. 268]. Згубними для людини можуть виявитися нудьга, втрата інтересу до життя у зв'язку із пересиченням насолодами, як це відображено у творах багатьох вітчизняних і закордонних письменників. Гонитва за насолодами може підштовхнути людину до кримінальних дій у багатьох випадках.

Вибір певного стилю життя має відповідати принаймні трьом критеріям:

- бути *вільним*;
- бути *моральним*;
- бути *відповідальним*.

Вільний вибір способу індивідуального існування за сучасних умов невпинного ускладнення і динамізму світу потребує *нового типу людини* як суб'єкта соціальної й індивідуальної життєдіяльності. Новий рівень соціального розвитку людства і окремих цивілізацій, ґрунтований на сучасних науково-технічних досягненнях та всезагальній інформатизації, гостро потребує *творчих особистостей*, які мислять неординарно, володіють потенційними можливостями для нестандартного розв'язання складних соціальних і особистих життєвих завдань. Саме із цим індустріально розвинені країни пов'язують новий виток соціального і економічного прогресу людства у XXI столітті, що диктує необхідність радикального переосмислення освіти й виховання, а також більш динамічної практичної переорієнтації соціальної політики держав і всіх освітніх та виховних інститутів відповідно до нових імперативів.

Історичний період соціокультурних трансформацій, як свідчить попередній досвід людства, характеризується руйнуванням ustalених стереотипів, правил, норм поведінки людей у суспільстві. Це, своєю чергою, зумовлює потребу в творенні нових правил життя. Однією із засадових умов продуктивності такої творчості є *відповідальність*, за відсутності якої творчість переростає в абсурд, породжуючи свавілля, моральний хаос.

Відповідальність у нашій студії ми розглядаємо не у вузькофункціональному значенні як умову виконання конкретної діяльності чи акту поведінки, а як духовно-етичний принцип життєдіяльності людини, без якого неможлива вільна продуктивна людська життєдіяльність, неможливе самозбереження людства (Г.Йонас), не-

можлива людська комунікація (Ю.Хабермас, Е.Левінас, П.Ріккер). Розглядаючи відповідальність у цьому ключі, Г.Йонас у “Принципі відповідальності”, Карл-Отто Апель у “Дискурсі та відповідальності” наголошували обов’язок зберігати вже досягнутий поступ у дбанні про гідне людини життя і поліпшувати правові й життєві умови.

Обговорюючи проблему відповідальності, А.Шюц обґрунтовує необхідність розмежування відповідальності у двох значеннях: “бути відповідальним *за*” і “бути відповідальним *перед*” [6, с. 311]. У першому випадку людина відповідальна *за те*, що вона зробила, у другому — відповідальна *перед* кимось — іншою людиною, групою чи владою, — хто накладає на неї відповідальність. Це розгалуження вельми суттєве. Перша модель відповідальності демонструє й укорінює автономію суб’єкта свободи, його волі. “В такому розумінні це питання має монологічний зміст”. Друга модель — це діалогічна модель відповідальності, яка демонструє й укорінює здатність особистості до комунікації, співпраці, спільної з “іншими” відповідальності, за якої до відповідальності автономного суб’єкта, що спирається на власний розум, додається ще й спільна відповідальність. У даному випадку мається на увазі комунікативний і дискурс-етичний смисл відповідальності. Цей вид відповідальності передбачає зрілу особистість, яка усвідомлює себе як своєрідний центр суб’єкт-суб’єктних відносин.

Як зазначається, сприйнятливість до іншого приживається в українському суспільстві важко. Але “мало чого варті заяви про “єдність” країни поза увагою до почуттів та традиції визначених цінностей іншого, поза врахуванням регіонально-культурних пріоритетів історичного буття конкретних громадян [22, с. 122–123].

Багато дослідників, розмірковуючи над загадковим феноменом помаранчевої революції, зазначають, що “Майдан” був своєрідним “*відкриттям*” ближнього. “Він справді був новим, а прояв людської солідарності — незвичним та надзвичайним”, — зауважує Р.Кобець. Спираючись на особисте враження, він відзначає: “багато хто й досі відчуває брак та ностальгію за тією людською щирістю та доброзичливістю, що переживалися значно вагомніше та інтенсивніше, аніж мороз, мокрий сніг та вітер” [23, с. 164–165].

Але, на думку автора, солідарність “Майдану” ґрунтувалася не на позитивних суспільних інтересах, а на негативних — на страху. Солідарність “Майдану” стала поєднанням загального страху за свою приватну сферу із виявом надії на можливість дієвої взаємодії з іншим в обстоюванні спільних інтересів. Звісно, цей мотив був присутнім у всій гамі спонук. Але не можна, на мій погляд, пере-креслювати уявлення про те, що то була також “революція гідності” (О.Кваснівський); це було виявом громадянської стурбованості станом справ у суспільстві. Справді, мабуть у кожного, хто стояв на Майдані, був, у певному сенсі, в свідомості, в душі “свій Майдан”.

Відповідальність багатовекторна: це відповідальне ставлення до природи, суспільства, людини, до самого себе, до життя. Ці питання ретельно висвітлюють у своїх працях І.Степаненко і М.Степаненко [24; 25].

Концентруючи увагу на відповідальному ставленні людини до власного життя, визначимо найсуттєвіші вияви цього типу відповідальності. Відповідальне ставлення до життя виявляється на рівні свідомості, волі, почуттів, діяльності:

➤ на рівні *свідомості* відповідальне ставлення до життя передбачає усвідомлення його цінності, багатогранності, усвідомлення особистістю себе як носія життя, яке дароване йому природою і культурою і яке йому необхідно самому здійснити, бо ніхто за нього цю місію виконати не зможе;

➤ на рівні *волі* відповідальність передбачає здатність долати труднощі й перепони на життєвому шляху, не сумувати через можливі невдачі, що безпосереднім чином пов’язане з *волею до життя* як особливим виявом морально-вольової зрілості особистості;

➤ на рівні *почуттів* відповідальне ставлення до життя пов’язане з усією гамою емоційної сфери людини: її розумінням краси, зокрема морально-духовної краси особистості, краси людських відносин, із любов’ю до життя як вищого гуманно-морального вияву людської душі і серця;

➤ на рівні *діяльності* відповідальне ставлення до життя в аспекті, що нас цікавить, виявляється передусім в активній побудові особистістю свого життя відповідно до своїх цінностей, ідеалів, преференцій, що мають *творчо-створювальний* характер і центруються навколо духовно-моральних імперативів свого часу.

Відповідальність є соціально-психологічною рисою людини. Оскільки вона формується під впливом соціокультурних передумов виховання, в її розвитку особливу роль відіграє ранній період соціалізації індивіда, коли закладаються підвалини індивідуального стилю сприйняття світу і ставлення до нього. На другому етапі соціалізації особливу роль починає відігравати самовиховання і самовдосконалення. Людина може системою особистих зусиль розвивати чи підвищувати рівень своєї відповідальності. Це її людський обов'язок, якщо вона бажає гідно прожити життя.

Відповідальне ставлення до життя передбачає:

➤ відповідальність за осмислення свого покликання і призначення, власної неповторності й унікальності; це так звана *трансцендентна* відповідальність — відповідальність за необхідність і можливість бути самим собою, тобто бути істотою самовизначальною, вільною;

➤ відповідальність за організацію особистого життя, процес його проживання; це так звана *особиста* відповідальність за побудову свого життєвого світу і процес життєздійснення (відповідальність за вибір стилю свого життя, манери соціальної та індивідуальної поведінки);

➤ відповідальність за власні рішення, вчинки і діяння — це так звана *ситуаційна* відповідальність, яка визначає конкретне ставлення особистості до складових її життєвого світу — природного, соціального, культурного середовища, особистого мікрокосмосу в конкретних життєвих ситуаціях.

У морально-психологічній основі відповідальності як атрибутивної якості особистості лежить *сумління*. Це внутрішнє сприйняття недозволенності певних бажань або вчинків, усвідомлення того, що ця недозволенність безсумнівна і не потребує доказів. Сумління є своєрідною формою самоконтролю і самомотивації, бо вона є своєрідним збудником людської поведінки. Вона може підштовхнути людину, яка заплуталася в житті, на зміну життєвої позиції й стилю організації її життя, особливо якщо негаразди в житті людини є результатом її помилок і поганих звичок (залежність від алкоголю, наркотиків або сучасна хибна пристрасть — комп'ютерні ігри). Навіть у найскладніших соціальних і життєвих обставинах можливий пошук шляхів зміни несприятливих умов і форму-

вання певного поля свободи для життєвого маневрування і здійснення тією чи тією мірою особистих життєвих орієнтирів. Це вельми переконливо демонструють громадяни, які належать до психологічного типу інноватора. Характеризуючи цей тип, О.Злобіна зазначає, що ці люди ідентифікують себе зі своїм часом і становлять угруповання активних суб'єктів. Саме їхня інноваційна діяльність слугує підставою для глибинних культурних трансформацій, забезпечує модернізацію культурного ядра [15, с. 88].

Отже, особистість так чи інакше “вплітається” в систему соціальних зв'язків та відносин. Понад те, посилюється вплив соціальних, у тому числі історичних подій на індивідуальні долі людей. Дані соціологічного моніторингу ІС НАНУ демонструють, що події, які відбуваються в українському суспільстві на його соціальному просторі в процесі трансформації, безпосередньо відбиваються на життєвих планах, можливостях, життєвій перспективі людей, простежуються тенденції до посилення особистої ініціативи й активності в створенні особистого сценарію власного життя, у виборі форми та соціального поля самореалізації. Міра свободи особистості у самовизначенні в цій системі координат тісно корелює з віком, освітою, світоглядом і стилем поведінки.

Життєвий світ людини, її реальне життя, особливо приватне, напрочуд чутливі до *глобальних подій*, що трапляються у світі. Наявність широких комунікативних зв'язків, “світової павутини”, особисті контакти з мешканцями інших країн, зі своїми рідними, які виїхали за кордон на постійне проживання або на тимчасову роботу, — все це сприяє поширенню інформації про певні події в різних куточках земної кулі. Оскільки *сучасна людина* певною мірою усвідомлює залежність своєї долі від того, *що відбувається в світі*, вона певним чином реагує на те, що трапляється. Це *новий вимір життєвого ареалу особистості* й нова суттєва детермінанта її життєвого статусу і перспективи, новий вимір її життєустрою. З одного боку, все це розширює життєвий світ індивіда, а з іншого — приховує можливість зростання напруження в індивідуальному житті людей, позаяк наш час перенасичений небезпечними, ба й трагічними, катастрофічними подіями. Почастішання катастрофічних подій породжує страхи, репертуар яких вельми широкий: страх перед технологічними й економічними катастрофами, страх ядерної війни, страх світових криз, громадських і

міжетнічних конфліктів тощо. Мають місце масові страхи й очікування катастрофічних подій, починаючи від загроз місцевого значення до регіональних, національних і планетарних. Дослідження виявляють наявність у масовій свідомості страху перед майбутнім. Це суттєво впливає на життєву перспективу людей, їхню життєву активність і діяльність. У життєвому світі багатьох людей з'являється байдужість до життя, навіть небажання жити.

Складним є ставлення громадян нашого суспільства до *західного способу життя* і його впливу на життя і культуру нашого суспільства. Згідно з даними соціологічного моніторингу ІС НАНУ, наші співробітники визначають широкий спектр цього впливу, причому зафіксовано як позитивні, так і негативні наслідки його. Серед позитивних моментів розподіл такий: “залучають до кращих зразків світової культури, допомагають молоді опанувати сучасний світ — 22,9%, сприяють тому, аби побут і поведінка жителів України стали більш сучасними” — 21,8%; сприяють формуванню терпимого ставлення до людей інших рас, національностей, культур і релігій — 12,4%; ведуть до єднання людей різних національностей на основі єдиної універсальної культури та способу життя — 9,2%. Серед негативних ліній впливу такі: підривають корені нашої національної культури — 26,1%, формують примітивні смаки — 22,1%, руйнують моральні устої нашого суспільства — 32,4%, формують ідеали й моральні цінності, що не є притаманними жителям України, — 22,6%, спричиняють антиосвіту народу — 20,9%, викликають роздратування і несприйняття у переважної більшості населення. 8,7% громадян відзначають, що західний спосіб життя і його культура сприймаються лише вузькою, “елітною верствою населення”; 4,4% кажуть, що вони не справляють ніякого суттєвого впливу.

Можливість вільного конструктивного вибору особистістю стилю індивідуального життя обмежується не тільки дуже великою складністю існування людей як на соціальному, так і на індивідуальному рівнях, а й психологічною неготовністю значної частини громадян до опанування нової соціальної реальності та вироблення нових технік поведінки, які б відповідали цим реаліям. Якщо звернутися до даних соціологічного моніторингу ІС НАНУ, то виявляється, що чимало людей не схильні перебирати на себе відповідальність за те, як складається їхнє життя (табл. 7.2).

Таблиця 7.2

Динаміка позицій громадян України стосовно того, від чого здебільшого залежить те, як складається їхнє життя, %

Розподіл відповідей на запитання: “Як Ви вважаєте, від чого здебільшого залежить те, як складається Ваше життя?”	1994 рік	2005 рік	2006 рік
Здебільшого від зовнішніх обставин	28,2	18,6	18,9
Деякою мірою від мене, але більше від зовнішніх обставин	30,6	27,2	29,5
Однаковою мірою від мене і від зовнішніх обставин	21,3	29,8	31,8
Більшою мірою від мене, ніж від зовнішніх обставин	10,0	12,8	10,4
Здебільшого від мене	9,3	11,4	9,3

Як бачимо, за роки перетворень у країні не трапилося суттєвих змін в уявленнях людей про їхню роль у створенні свого життя, і навіть сплеск активності в подіях помаранчевої революції не тільки не збільшив лав громадян, які вважають, що від них самих залежить те, як складається їхнє життя. Частка прихильників цього у 2006 році навіть зменшилася (2005-й — 11,4%, 2006-й — 9,3%). Ейфорія очікування, яку пережили люди, їхні уявлення про те, ніби вони щось значать, змінилися розчаруванням, змусивши багатьох завагатися у власних силах і можливостях.

Людина не може “вийти” зі свого часу, зі своєї епохи, вона має так чи інакше вписуватися в соціокультурний контекст своєї доби, знаходити свою “нішу” в спільноті людей, обирати відведену їй роль. Це неймовірно важко здійснити в соціокультурному оточенні, піддатливому до динамічних процесів і певних радикальних змін. Щоби не “загубитися” у своєму особистому житті, потрібна напружена внутрішня робота душі, розуму, волі. Усе це необхідно, щоби “прояснити себе” для себе, визначити свої схильності (можливо, своє покликання) та свої можливості, свій життєвий потенціал, зорієнтуватися у зовнішніх обставинах власного життя, зокрема й щодо реальних можливостей особистого зростання, і обрати на підставі системи координат свій шлях, своє місце в соціальній ієрархії, наполегливо, нестримно йти обраним шляхом, незалежно

від того, стосується цей вибір сімейної чи професійної царини або політичного служіння.

Лише той, хто має *любов до життя*, визнає його вищою цінністю, надцінністю, може схилити себе до певного життєвого подвигу.

У матеріалах соціологічного моніторингу зафіксовано, що в масовій свідомості присутнє уявлення про залежність життєвих успіхів людини від її особистих якостей. В анкеті, зокрема, було поставлено запитання: “Більшості людей, життя яких не склалося, просто не вистачає наполегливості та сили волі. Згодні Ви з цим чи ні?” (табл. 7.3).

Таблиця 7.3

Розподіл відповідей респондентів на запитання: “Більшості людей, життя яких не склалося, просто не вистачає наполегливості та сили волі. Згодні Ви з цим чи ні?”, %

<i>Варіанти відповіді</i>	1992 рік	2005 рік	2006 рік
Згоден	57,4	50,6	55,3
Не згоден	28,0	31,2	28,9
Не знаю	14,0	18,2	15,8
Не відповіли	0,6	0,1	0,0

Симптоматично, що половина респондентів згодна, нібито причина того, що життя тих або інших людей не склалося, здебільшого пов’язана з їхніми психологічними вадами. Разом із тим усвідомлюється залежність думок і поведінки людей від загальносоціальних умов життя в нашій країні, що позначається на їхньому самопочутті, приватному й особистому житті.

Громадян дуже хвилює моральна ситуація в суспільстві: 73,9% у 2006 році переймалися тим, що все надто швидко змінюється, що людина не розуміє, яких законів дотримуватися; 82,1% визначають, що багато з того, у що вірили їхні батьки, руйнується на очах; 45,4% часто не розуміють, що до чого й почуваються ніяково. Такий психологічний стан людей дезорганізує їхню соціальну й індивідуальну поведінку, відбивається на всій системі їхнього життя. Знижується впевненість людей у можливості здійснити життєві плани, домогтися успіху в житті. В соціологічний моніторинг 2003 року було включено позицію “У мене є шанси здійснити

життєві плани, домогтися успіху в житті”. Із цим зовсім не погодилися 41,4%, 18,3% обрали варіант “радше не згоден”. Зауважимо, що в процесі ринкових перетворень суттєво змінилися уявлення людей про найважливіші чинники досягнення життєвого успіху. (табл. 7.4).

Таблиця 7.4

Думки громадян України з приводу найважливіших чинників досягнення життєвого успіху, %*

Оцінювані позиції	2003 рік
Відповідне соціальне походження	20,5
Наявність зв'язків	47,8
Уміння ставити цілі й домагатися здійснення їх	31,4
Добре матеріальне становище, гроші	67,4
Вдача	35,6
Добра освіта	46,9
Місце проживання	12,1
Наполегливість, працьовитість, терпіння	39,7
Вдалий шлюб	18,6
Інше (напишіть)	1,3
Важко сказати	6,3
Не відповіли	0,0

* Можна було позначити кілька позицій.

Як бачимо, саме зовнішні чинники: добре матеріальне становище, гроші, вдача, вдалий шлюб визнаються головними в плані досягнення життєвого успіху. Приємно, втім, що поряд із чинниками зовнішнього характеру люди відзначають також особисті якості людини, важливі для досягнення успіху в житті: наполегливість, працьовитість, терпіння.

У свідомості громадян присутній образ бажаного життя, яке вони воліють здійснювати. В цих бажаннях живе мрія про гідне життя відповідно до сучасних цивілізаційних стандартів. В опитуванні 2003 року 23,4% громадян хотіли б “жити не гірше за більшість наших людей”; 5,7% — “жити краще за більшість наших людей”; 46,4% — “жити так, як здебільшого живуть люди в сучасних цивілізованих країнах”; 13,6% — “жити на власний розсуд, мати власний стиль життя”; 7,3% вважають, що “життя людини визначається не її вподобаннями, а долею”. В цих даних для теми, яку ми обгово-

рюємо, особливий інтерес становлять орієнтації на те, щоби жити на власний розсуд, тобто виявляти самостійність, незалежність й активність у життєтворчості.

Попри всілякі негаразди на історичному шляху нашого народу тішить певний вияв активності людей у влаштуванні індивідуального життя, наявність осіб, готових брати відповідальність на себе за те, як складається їхнє життя. Це той потужний соціально-гуманітарний ресурс, за раціонального використання якого вможливується конструктивне розв'язання історичних завдань, що постали перед Україною в сучасному глобальному світі.

Згідно з даними моніторингу ІС НАНУ в процесі соціокультурних перетворень в нашому суспільстві відбувається поступове звільнення індивідуальної свідомості від патерналістської орієнтації. Цей процес має два вектори: одна категорія людей впадає в розпач, людина почувається “кинutoю напризволяще”; натомість друга категорія, усвідомлюючи, що сподіватися на когось марно, переймається відчуттям особистої відповідальності за власну долю й вдається до активних пошуків шляху продуктивної самореалізації. Цей шлях тернистий, він приховує пастки та ризики. Доволі часто виникає спокуса піти слизьким шляхом, вирішувати свої проблеми із порушенням правових чи моральних норм. Людський обов'язок кожного — втримати себе від цієї спокуси.

У процесі опису приватного життя погляд дослідника має спрямовуватися на дії, вчинки, а заразом і на емоційну палітру людського існування — почуття, переживання, настрої. Відомо, що емоційний настрій людської душі — це не просто спонтанна гра внутрішніх сил і довільний викид емоційної енергії. Збуджувальні сили емоційного стану певною мірою центруються у просторі соціальних детермінант, особливо коли йдеться про масові явища. Характеристики емоційного стану людей та емоційного клімату їхнього життя віддзеркалюють особливість ментальності народу, демонструють рівень його цивілізаційного розвитку.

Ми поділяємо думку, що до сфери приватного життя, певним чином конструюючи її стиль, належить і поведінка людини “наодинці з собою”, її самозайнятість, її самоусвідомлення, її саморефлексія. Життя — це не лише діяльність, це також рефлексія, міркування, роздуми. Ця унікальна форма життєвого процесу людини

успішніше реалізується саме наодинці, коли людина у “вільному режимі” обмірковує свої життєві проблеми, зважає шляхи розв’язання життєвих колізій, ба навіть розмірковує з приводу вічних проблем людського буття: призначення людини, сенсу життя, таємниць людської долі. Наодинці з собою людина може зануритися в світ музики і відчутти не лише естетичну насолоду, а й пережити катарсис — звільнити свою душу від сумних думок і почуттів, а відтак — емоційно підбадьоритися.

Цікаво вдатися до ще одного аспекту приватного життя людини, котрий не має однозначної оцінки, особливо на побутовому рівні. “Усі люди однаково різні”, — казав Вольтер. Тому в суспільстві присутня безліч своєрідних манер, стилів, варіантів поведінки, зокрема й тих, що не відповідають нормативним еталонам і стереотипам. У будь-якому суспільстві завжди була і зараз є категорія людей, яких називають “диваками”. Вони “не вписуються” в прийняті суспільством норми та манери поведінки, демонструючи виклик суспільній моралі. Але “коли хтось крокує не в ногу, не поспішайте засуджувати його, можливо, він чує звуки іншого маршу”, — зауважує Генрі Торо. Однак суспільство, його владні інститути, а незрідка й громадська думка не схильні прислуховуватися до таких порад. Звісно, в даному разі йдеться не про кримінальну категорію людей, які теж відхиляються від норм, але від правових.

Вивчення категорії “диваків” є одним із найцікавіших пошуків російських істориків, які звернулися до цього сюжету в межах дослідницького проекту “Історія приватного життя”. Стверджується, що такі непересічні люди існували в усі часи. “Дивак” часто-густо ставав своєрідним “бродилом”, яке пророкувало народження нового, і передовсім це стосувалося сфери приватного життя. Дослідження цього типу людей надає додаткову можливість осмислити роль людської індивідуальності в історії. В особистому плані історію переважно висвітлюють, звертаючись до дій історичних осіб, героїв, залишаючи за межею пізнання роль “пересічних” соціальних персонажів. Зверхнє ставлення до життя простих людей деякою мірою зумовлюють уявлення про примітивність їхнього життя. Це хибне уявлення. Здається, зауважував свого часу О.Герцен, що життя звичайних людей одноманітне, — це лишень здається: на світі немає нічого оригінальнішого й різноманітні-

шого за біографії невідомих людей. Звернення до біографічного методу як засобу пізнання, який набуває дедалі ширшого застосування в людинознавстві, зокрема в соціології, дає змогу заглибитися в сутність народного життя, повніше й багатогранніше висвітлювати індивідуальні долі людей різного соціального статусу і різних способів особливого існування.

Серед цих “пересічних” людей є справжні мудреці, носії високого духу й моральності. Їм належить посісти гідне місце в науці, літературі, мистецтві, у засобах масової культури, що збагатить культуру альтруїстичним імпульсом для саморозвитку та самореалізації кожного. Маскультура в наші дні засмітила людський світ образами антигероїв та антилюдей. Бажання бути схожими на них поглиблює духовно-моральну деградацію цивілізації. Запанувала дика практика: про злочинців, маніяків, збочинців пишеться й говориться з телеекранів значно більше, ніж про людей, на яких фактично тримається конструкція світу, — людей добра і творчості, по-справжньому красивих своєю духовно-моральною величчю.

Вихід за межі прийнятого, дозволеного, що демонструє інноваційні моделі й еталони поведінки, тобто здійснює акт нормотворчості і тим самим оновлює норми життя, вможлиблює модель, закладена, зокрема, у “сміховій”, або “карнавальній” культурі. У змістовому аналізі “сміхової”, або “карнавальної” культури (М.Бахтін), у дослідженні “сміхової” культури Давньої Русі (Д.Лихачов, О.Панченко) красномовно відтворена й цікаво інтерпретована ця культура. Обґрунтовано, що сміх за своєю функцією в житті особистості аж ніяк не зводиться до катарсису, очищення, він слугує своєрідним засобом виходу за межі нормативної поведінки. Але це не є просто і тільки вихід за межі норми. “Сміхова культура” — це антикультура стосовно висміюваного світу. Вона вивертає його церемонії й норми, тим самим руйнуючи старе і будуючи свою бажану дійсність, свої норми. Сміхова культура з її своєрідним ставленням до життя виконує певну очисну місію в суспільстві.

Розглядаючи приватне, а тим паче особисте життя, слід мати на увазі, що життя кожної середньої людини мозаїчне. Як зазначає В.Дружинін, у ньому подано ритуали і “підготовка до життя”, пиятика і кохання на лоні природи, ділові обов’язки і хобі. Ніби з різнокольорових фрагментів конструктора “Лего” складається наше єдине і неповторне життя. У процесі конструювання із різних

деталей свого життя, манери й стилю поведінки людині потрібен зразок, модель, що правитиме за орієнтир її індивідуальної життєтворчості.

Такий процес конструювання індивідуального життя вияскравлюється при виборі особистістю *варіанта життя*, коли з найбільшою повнотою реалізуються індивідуальні психологічні якості людини: світобачення, ціннісні орієнтири, сподівання [26].

Однак свобода у виборі варіанта приватного життя, повсякденного буття для сучасних людей залишається великою проблемою. Варіант життя, згідно з визначенням В.Дружиніна, є цілісною психологічною характеристикою індивідуального буття й визначається типом ставлення людини до життя. При цьому автор наголошує, що індивідуальне буття — це мозаїка варіантів, стилів, ситуацій, але загострення рис уявляє сутність. Дотримуючись цього постулату, дослідник перелічує і дає розгорнену характеристику низки варіантів життя, які представлені в реальній життєвій практиці людей. Він називає, зокрема, такі варіанти життя. *“Життя починається завтра”* (життя як передумова) — це одвічний дитячий стан. Справжнє життя — дорослість — лишень розпочинається. *“Гонитва за горизонтом”* (життя як досягнення) — це життя, підпорядковане досягненню певних цілей, життєвого успіху. Досягнення мети знецінює її, на горизонті з’являється нова, ще привабливіша мета. Життя стає гонитвою за горизонтом. *“Життя за правилами”* — це життя, підпорядковане правилу, ритуалу, зовнішньому сценарію. Існування людини максимально спрощується. Людина позбавляється тягаря вибору, вона дотримується правил, норм, стереотипів. *“Екзистенційний конструктор”* (або життя як предмет творчості). Предметом конструювання стає саме життя: чи то особисте, чи то чуже. За допомогою цієї моделі особистість творчо вибудовує своє унікальне життя. Ця модель рідко трапляється в житті. Розглядаються й деякі інші варіанти життя [26].

Вільний вибір стилю життя за умов сучасного інформаційного світу — вельми складна дія, зокрема й у зв’язку з масштабним поширенням практик маніпулювання свідомістю та поведінкою людини. Техніку цього маніпулювання окреслює В.Лук’янець у своєму есе *“Практика нейролінгвістичного програмування”*. Він зазначає: *“Природа будь-якої маніпуляції полягає у здійсненні подвійного впливу на свідомість і підсвідомість людини. Одночасно*

із повідомленнями, що їх маніпулятор надсилає відкрито, він надсилає адресатові ще й “закодований сигнал”, сподіваючись, що саме цей сигнал розбудить у глибинах психіки адресата ті образи, які потрібні маніпулятору. Цей прихований вплив спирається на “неявне знання”, яким володіє адресат, на його творчу здатність створювати в своїй свідомості образи, котрі впливають на його почуття, думки, поведінку” [13, с. 51]. Майстерність маніпуляції, пояснює автор, полягає в тому, щоби спрямувати процес уяви людини чи соціальної групи в потрібне русло, але так, щоби людина не помітила прихованого впливу на неї. Така практика вельми поширена в нашому суспільстві. До цього процесу залучені різні інституціональні структури суспільства. За цих умов особливого значення набуває готовність людини зберегти свою самобутність, здатність самостійно аналізувати й оцінювати події, ситуації, факти. Над розвитком цієї здібності людині належить самій ретельно працювати, адже ніхто замість неї цього виконати не зможе.

Елітний стиль приватного життя: життєвий комфорт

Життя саме по собі — ані благо, ані зло:
воно вмістище і блага, і зла,
залежно від того, на що ми самі перетворили його.
М.Монтень

На сучасному етапі розвитку українського суспільства спостерігається тенденція до подальшого розшарування населення за такими ознаками, як рівень доходів, освіта, соціальний статус, міра наближеності до влади, концентрація матеріальних і нематеріальних цінностей у приватній власності тощо. Ця тенденція простежується й на світовому рівні. Триває процес небаченої концентрації багатства в руках окремих осіб. Так, загальне багатство 225 найбагатших людей світу перевищує трильйон доларів США, що дорівнює річному доходу 47% людства, або більш як 2,8 млрд людей. Загальний капітал лише трьох фінансових магнатів — найзаможніших людей світу — на початку XXI століття перевищував ВВП 48 найменш розвинених держав, серед яких — країни з величезними територіями і мільярдним населенням [27].

На соціальному просторі нашого суспільства, у перебігу становлення ринкових відносин з'явилася нова соціальна фігура — біз-

несмен, підприємець. Ця категорія людей належить до бізнес-еліти нашого суспільства, яку становлять власники великого капіталу, керівники великих приватних і державних компаній.

Підприємець, згідно з визначенням, — це функціонер, новатор, соціально-історичний тип чи різновид заповзятливої людини, суб'єкта підприємницької діяльності. Остання є інституалізованою діяльністю, якій, за даними досліджень, притаманні такі риси:

- вільний вибір цілей і способів їх досягнення, самостійність у прийнятті рішень;
- відповідальність за прийняте рішення в термінах імовірного ризику чи краху;
- потужна орієнтація на досягнення комерційного успіху, отримання прибутку.

Але ці суттєві риси підприємницької діяльності властиві лише справжній економічній еліті. Крім того, до цих якостей слід додати моральні: порядність, обов'язковість, освіченість. Вони формуються вже за умов зрілих ринкових відносин, коли нові правила життя більш-менш укорінюються і втілюються в уклад життя. Наше суспільство перебуває в транзитному стані, коли старі принципи і норми вже розхитані, а нові ще не вкорінилися. Це, ясна річ, відбилося на підприємницькій діяльності та підприємцеві як її суб'єкті.

Економічну еліту нашого суспільства становлять досить заможні люди. Згідно із даними, наведеними в щотижневику “Фокус”, 70 млрд — таким є загальний прибуток 100 найбагатших людей України. До них належать 10 мільярдерів і 90 мультимільйонерів [28]. Однак, як зазначається, до цього списку потрапили не всі, хто претендує на звання “найбагатший українець”. Експерти назвали ще низку людей, котрі, на їхню думку, мають бути в цьому списку, але публічного підтвердження того, що вони володіють великими активами, що забезпечують місце в рейтингу, не було знайдено. У перебігу підготовки рейтингу було зафіксовано зародження в Україні нового типу бізнесменів, які можуть претендувати на статус рантьє: на продажу свого бізнесу вони заробляють гроші, які не можуть витратити.

Згідно із підрахунками, проведеними групою експертів видання “Фокус”, українські мільярдери і просто мільйонери можуть

2,5 роки фінансувати український бюджет, півроку — війну в Іраку, придбати корпорації Microsoft і Apple, виплатити по 10 доларів кожній людині у світі, сплатити річний імпорт нафти у США або скупити всі острови в Карибському басейні. Типова фігура багатого українця виглядає так. Це чоловік. У сотні найбагатших — лише одна жінка. Радше фінансист, власник, рідше — керівник банку. Мегастан у нашій країні наробляється також на нафті та газі, металургії, машинобудуванні, горілці, соках і пиві, нерухомості та медіа.

За регіональним зрізом це переважно вихідці з Донбасу, дніпропетровці, кияни, запорожці, харківчани. Є й іноземці, які мають бізнес в Україні. Наша країна багатонаціональна, тому поряд із українцями в списку татари, греки, литовці, вірмени, азербайджанці, грузини. Чимало росіян, євреїв.

Зазначається, що багато хто із багатіїв не побажав опинитися в “золотій сотні”. Дехто із внесених до списку навіть погрожували судом ще на етапі збирання матеріалу для написання біографічних довідок. Інші категорично відмовлялися надавати свої фотографії. У “Колонці редактора” часопису з цього приводу йдеться: “Дивина! Чому підприємець, який, за його словами, чесно працює і сплачує податки, боїться постати перед країною?”. Автор припускає, що це рецидиви минулого, не інакше. Утім, нам здається, — не тільки. До цієї групи суспільство має певну недовіру, її статус і досі не зовсім легітимований [28, с. 29]. Власників великого капіталу оцінюють як людей, які збагатилися нечесним шляхом. До того ж багатії перебувають в полі підвищеного інтересу кримінальних структур, що також спонукає деякого утримуватися від публічності.

Категорія багатих живе за іншими мірками, ніж середній громадянин і тим паче людина, яка перебуває на нижній сходинці соціальної драбини за своїм соціальним і матеріальним статусом. Тож є підстави говорити про формування “стилю виживання” та “елітного стилю” життя.

Виходячи з прийнятого нами трактування стилю життя [див.: 29], перелічимо характеристики елітного стилю життя:

— спосіб реалізації життєвих планів та цілей, спрямованих на досягнення певного статусу в політичному, економічному й культурному житті суспільства;

– характерна манера поведінки представників елітних груп, їхня взаємодія з різними верствами населення у суспільстві;

– спосіб конструювання власного життя на підставі переваг щодо здобуття соціально престижних видів освіти, доступу до придбання коштовних товарів, залучення додаткових засобів для розв'язання власних проблем тощо;

– засіб самопрезентації та виокремлення особистості як з-поміж загальної сукупності людей, так і в межах малої соціальної групи, до якої вона належить.

Цей стиль передбачає наявність певного рівня *життєвого комфорту*, що виражається в умовах життя, впорядкованості побуту, стані внутрішнього спокою і включає:

– матеріальний комфорт (матеріальні блага: гарне житло, модний і красивий одяг, авто тощо);

– соціальний комфорт (соціальний статус, соціальний престиж, соціальні ролі та відповідність їх рівню домагань особистості, екологічна й соціальна безпека, можливість отримання необхідної медичної допомоги);

– психологічний комфорт (міра задоволення потреб, відсутність постійного відчуття напруженості, страху, психологічний клімат у сім'ї, впевненість у власних силах, ініціатива і самостійність у розв'язанні життєвих проблем);

– моральний комфорт (наявність норм і цінностей, соціальний оптимізм, соціальна справедливість);

– духовний комфорт (достатній рівень знань, можливість проведення повноцінного дозвілля, зокрема відвідування культурних центрів, освіта й перспективи для дітей);

– фізичний комфорт (стан здоров'я, можливість відвідувати спортивні заклади тощо).

Розглядаючи ці складові життєвого комфорту, зазначимо, що вони не є специфічними винятково для еліти, а характеризують також життя пересічного громадянина, з тією лише різницею, що міра задоволення власним життям та рівень добробуту цих двох груп суттєво відрізнятиметься.

Інтегральним показником життєвого комфорту слугує *міра задоволеності людини своїм життям, рівнем переживання щастя*. З приводу феномена щастя наголосимо: попри скептицизм стосовно

проблеми щастя воно має місце в масовій свідомості й культурі, в реальній життєвій практиці людей, прагнення щастя є одним із ключових життєвих чинників людини, відповідно категорія щастя входить до системи соціологічних категорій і аналізується як на рівні теоретичного осмислення, так і в перебігу емпіричних досліджень. У своєму есе “Соціологічний прогрес та принципи щастя” П.Сорокін запитує: “Чи має формула прогресу включати як необхідний елемент і принцип щастя? Або ж має цілком ігнорувати щастя? Якщо щастя входить у поняття прогресу, то чи збільшується і розвивається воно разом із прогресом людства?” і відповідає, що щастя є *condictio sine qua non* (обов’язкова умова) прогресу. “Будь-який прогрес, що веде до зменшення щастя і до збільшення страждання, не є прогресом” [30, с. 507, 512].

У багатьох соціологічних дослідженнях як на світовому, так і на національному рівнях дістають відображення дані щодо відчуття щастя людьми за тих соціокультурних умов, де проходить їхнє життя сьогодні. Масштабним дослідженням у цьому плані є Міжнародне опитування тисячоліття Геллапа, в перебігу якого було проведено інтерв’ю із п’ятдесятьма тисячами людей у 60 країнах, а також дослідження “Світовий барометр щастя”, здійснене наприкінці 1999 року компанією MEMRB International і Roper Starch Worldwide у 22 країнах на всіх континентах земної кулі [31 с. 452–459].

Інформацію стосовно відчуття щастя мешканцями різних країн Європи отримано в процесі міжнародного порівняльного дослідження (ЄСД), а також у перебігу соціологічних моніторинрів українського суспільства Інституту соціології НАНУ [див.: 4].

Отже, є всі підстави включити до формули життєвого комфорту людини міру її задоволеності своїм життям і рівень відчуття нею щастя. Цей параметр має вимірювати якість приватного життя людини та гідність обраного нею стилю приватного життя.

Характеризуючи стиль приватного життя представників бізнесу*, передусім слід відзначити закритість цих елітних груп, яка виявляється як у бажанні дистанціюватися від тих, хто не входить до цього кола (внутрішня складова), так і в можливостях монополіза-

* У підготовці матеріалу для цього фрагмента брала участь О.Цукор.

ції ресурсів і доступу до них інших членів суспільства (зовнішня складова). Що стосується першої, тут можна говорити про різного штибу умовності, “стилізацію” життя елітних кіл, про певні типові риси, що об’єднують представників групи, відрізняючи їх від решти. Що ж до другої, то саме тут простежується запобігання значній соціальній мобільності: якщо поглянути на список найуспішніших людей України, можна побачити, що випадкових, не пов’язаних спільними інтересами особистостей там немає. Першою чергою їх об’єднує можливість впливати на економічні, політичні й інші процеси в конкретних організаціях і владних структурах, адже близько 24% з-поміж найбагатших представників суспільства безпосередньо є членами різних впливових політичних партій, що дає їм можливість лобіювати власні інтереси, а 60% із загальної сукупності — опосередковано пов’язані з політичною сферою (були членами політичних партій або ж мають серед політиків партнерів по бізнесу). Також слід зазначити, що найприбутковішими галузями є енергетика, металургія, фінанси та машинобудування і саме з ними пов’язані фінансові інтереси половини представників цієї групи. З огляду на це можна припустити, що за наявності конкуренції відбувається налагодження певної взаємодії, а відтак виробляються правила і стиль поведінки, які дають змогу ідентифікувати себе з представниками певної професійної групи. М.Вебер, характеризуючи статусні групи, однією з головних їхніх ознак називав існування статусної дискваліфікації, спрямованої проти виконання фізичної праці [39, с. 153]. Що стосується бізнес-еліти України, то беручи до уваги відсутність аристократичної спадковості, статус набувається не тільки за рахунок “непрозорих” схем (вельми поширених), а й за рахунок власних досягнень завдяки знанням (усі представники мають одну чи кілька вищих освіт, здобутих як в Україні, так і за кордоном), особистісних характеристик (впевненості у власних силах, наполегливості, здатності до ризику тощо). Адже накопичення коштів припадає переважно на період розбудови незалежної України, коли з’являється більше можливостей, щоб розпочати власну справу, а такі якості, як ініціативність і заповзятливість цінуються вище. І незважаючи на те, що сьогодні представники цієї групи обіймають керівні посади, а дехто має статус рантьє, більшість розпочинала трудову діяльність

керівниками середньої ланки. Ще одним важливим моментом, який впливає на коригування соціальної мобільності, є залучення дітей та родичів до управлінської діяльності, що відбувається за рахунок монополізації привілеїв на соціально престижні види освіти.

Аналізуючи особливості цієї групи, цікавими є дані щодо вікових і статевих характеристик представників бізнес-еліти. Так, середній вік становить 46 років, до того ж успішних бізнесменів віком від 35 до 45 років більше (41%), ніж у категорії від 50 до 65 років (27%). Це частково можна пояснити тим, що процес адаптації до нових умов життя найінтенсивніше проходить у молодій генерації, адже вже зараз 5% від загальної кількості — це впливові політики й підприємці віком до 35 років. У свідомості людини формується певний образ “бажаного життя”, якого вона прагне досягти, і вона докладає відповідних зусиль для цього [33, с. 162]. Що стосується характеристики за статтю, то серед представників бізнес-еліти, як уже зазначалося, лише одна жінка, хоча жіноче лідерство, і зокрема політичне є одним із критеріїв демократичності державного й суспільного ладу. Представниці жіночої еліти в розвинених країнах обіймають високі посади в державних апаратах, у громадських і недержавних організаціях, у сферах культури й освіти [34, с. 117–118]. Зараз в Україні жіноча елітарність має закритий характер, її не можна розглядати як організовану й цілісну спільноту із власними програмними та статутними принципами.

Ще однією важливою відмінністю є міра задоволення потреб у визнанні й придбанні цінностей (матеріальних і духовних), що підтверджують статус. Для привілейованої групи, крім елітного житла, ознаками престижу є можливість придбання замиського будинку, відомих витворів мистецтва, проведення відпустки за кордоном. Ознаки статусу менш заможних жителів — наявність автомобіля, зручних і функціональних меблів, побутової техніки — заможними громадянами вважаються абсолютно природними й не мають значної ваги. Наступною за важливістю ознакою статусу є придбання нерухомості за кордоном. У такий спосіб виявляється не лише розширення фінансових можливостей, а й тенденція не обмежувати свого горизонту і життєвих перспектив дітей рідною країною, а вільно пересуватися за межами України, причому не

лише під час відпустки, а й по роботі та з метою здобуття освіти. Натомість, за даними соціологічного моніторингу “Українське суспільство”, лише 0,6% опитаних у 2006 році відпочивали за кордоном і майже 29% провели відпустку вдома, займаючись домашніми справами, а 34,6% громадян не мали відпустки взагалі. Не краща ситуація і стосовно проведення вільного часу: тільки 2,9% 2006 року відвідували театри, концерти, художні виставки (2000-й рік — 4,1%), хоча 72,6% громадян зазначають, що можливості брати участь у культурному житті країни залишилися незмінними; 3,3% займалися у спортивній залі й відвідували плавальні басейни, тоді як заможні громадяни приділяють багато часу спортивним заходам (понад половину представників бізнес-еліти безпосередньо чи опосередковано пов’язані зі спортом. Серед найпопулярніших видів — футбол, теніс, автомобільні перегони, вітрильний спорт тощо) [див.: 4].

В уявленні росіян добре життя — це передусім власний будинок (69% опитаних), щасливий шлюб (65%), високооплачувана робота (57%), власне авто (34%), багато грошей (29%), двоє дітей у сім’ї та вища освіта для них (по 27%) [35]. Така структура цінностей характерна також для заможної меншості та бідної більшості українців. Різниця лише в можливостях мати бажане: 30,6% наших співвітчизників оцінюють матеріальний рівень сім’ї як незадовільний (0,3% — дуже добрий); 11,7% абсолютно не задоволені рівнем власної освіти, 28,2% радше незадоволені (10,4% задоволені повністю), 52,2% відмічають, що їм бракує можливостей дати дітям повноцінну освіту; 22,4% респондентів мають одну дитину віком до 18 років, і лише 9,7% мають двох дітей, і ця цифра порівняно із 1998 роком знизилася на 3,0%, натомість збільшилася кількість сімей, які не мають дітей (2006 рік — 25,6%, 2002 — 19,1%) [див.: 4]. Серед тих, хто потрапив до списку найбагатших людей України, опублікованого журналом “Фокус”, 54% сімей мають двох дітей, 12% — трьох і більше.

Що стосується умов і місця проживання, то третина опитаних проживає в сільській місцевості, але останніми роками значно збільшало тих, хто переїздить до великих міст (переважно з метою поліпшення матеріального становища). А будь-яке місто є зосередженням життєвих контрастів: у ньому поєднуються злиденне і

комфортне життя, тут мешкають люди з різним рівнем доходів, освіти. В містах вище щільність населення, високі ціни, погані екологічні умови, обмежені можливості комфорту квартир тощо. Простежується тенденція, згідно з якою успішніші громадяни виїздять з міст до заміських будинків, попит на які останнім часом дуже зріс, адже основними критеріями щодо умов комфортного проживання для них є задоволеність станом довкілля, безпечність, мальовничі краєвиди, зручна інфраструктура, соціальна підтримка, рівень медичного обслуговування в місцях проживання. Для менш успішних громадян поки залишаються більш важливим матеріальні блага, що їх надає велике місто, а не якість життя в ньому. Якщо ж заможні особи постійно проживають у місті, то обирають для цього найбільш модне, прогресивне та, відповідно, дороге житло в Києві або аналогічно привабливих містах. Такі типи будинків передбачають задоволення не лише потреб, а й забаганок своїх мешканців. Вони мають сучасні комунікації, необхідну інфраструктуру, автономні комунальні системи та служби, передбачають індивідуальне планування й оздоблення. В них реально втілюється концепція самостійної організації життєвого простору, можливості особисто виступити в ролі проектувальника і дизайнера або ж скористатися послугами професіоналів. При будівництві таких будинків далеко не останньою чергою враховують їх розташування, престижність і зручність району, краєвид, що відкривається з вікна. Усі ці чинники в сукупності впливають на рівень вартості квартири. Вагому роль відіграє також той факт, що проживання в такому будинку є красномовним свідченням респектабельності, рівня доходів і належності до певного класу.

Тож особистість, створюючи свій життєвий світ, структурує зовнішню реальність, враховуючи власні потреби, прагнення, цілі тощо, і намагається гармонійно поєднувати особистісні досягнення (стан здоров'я, настрої, задоволеність родиною, житлові умови, заощадження) із соціальними (соціальний статус, професійний рівень, задоволеність роботою, розмір доходу, перспективи) через уміння орієнтуватися в соціальних ситуаціях, здатність обирати адекватні й ефективні способи розв'язання життєвих проблем, знання своїх особистих якостей, переваг і недоліків, здатності до самовдосконалення та самозмін, здатності розуміти й правильно

оцінювати інших людей, встановлювати з ними адекватні способи спілкування, виявляти толерантність у стосунках, управляти собою й обставинами власного життя [див.: 33, с. 162].

Підсумовуючи викладене, спробуємо узагальнити подану інформацію. На підставі даних соціологічного моніторингу ІС НАНУ був обчислений загальний індекс задоволеності доступністю благ у різних соціальних сферах. Це виконано С.Дембіцьким за формулою, яку запропонував В.Паніотто:

$$I_{\text{заг.}} = \sum \frac{x_i - y_i}{x_i + y_i + z_i} / n ,$$

де: x_i — відсоток осіб, які дали відповідь “вистачає” на відповідне запитання;

y_i — відсоток осіб, які дали відповідь “не вистачає”;

z_i — відсоток осіб, які дали відповідь “важко сказати, вистачає чи ні” та “не цікавить”;

n — кількість запитань щодо кожної зі сфер.

При цьому область значень від -1 до $+1$, де -1 відповідатиме випадку повної незадоволеності щодо доступності й наявності певних благ, 0 — випадку однакової кількості задоволених і незадоволених респондентів, $+1$ — випадку цілковитої задоволеності [36].

Коефіцієнти обчислено на основі блоку запитань моніторингу. Кожне із запитань відповідає вміщеній у таблиці 7.5 соціальній сфері і вносить свою частку до величини загального індексу задоволеності (для уточнення групування запитань з різних соціальних сфер див.: [37]).

Таблиця 7.5

Загальні індекси задоволеності населення в різних соціальних сферах

Соціальні сфери	Загальний індекс задоволеності
1. Сфера соціальних відносин та соціальної безпеки	- 0,49
2. Професійно-трудова сфера	- 0,06
3. Духовно-культурна сфера	- 0,14
4. Матеріально-побутова сфера (1-го рівня)	+ 0,11
5. Матеріально-побутова сфера (2-го рівня)	- 0,09
6. Сфера міжособистісних відносин	+ 0,24
7. Особистісна сфера (якості особистості)	+ 0,07

У масовій свідомості виявляється негативне ставлення до сучасних українських мільйонерів. Респонденти вказують на небезпеку привласнення багатства вузьким колом людей (39,9%), на надмірність розшарування суспільства на багатих та бідних (30,9%). Трое із десяти опитаних сприймають це як соціальну несправедливість (29,1%). Більшість громадян (85,1%) наполягають на важливості створення в суспільстві рівних можливостей. Отже, найнижчий індекс спостерігається у сфері соціальних відносин і соціальної безпеки, він свідчить про низький рівень довіри громадян до владних структур, невпевненість у стабільній ситуації в країні та безпечності проживання. Це підтверджується й даними Європейського соціального дослідження. Взяти хоча б результати, які стосуються впевненості у власній безпеці, безпеці своєї сім'ї. Україна, за отриманими даними, посідає останнє місце серед інших 23 країн — учасниць (тільки половина відчуває себе в безпеці — 52,3%) (детальніше див.: [4]). Навряд чи представники бізнес-еліти почувуються більш захищеними в Україні, особливо в плані особистої безпеки й стабільності доходів, тому майже половина вкладає кошти в закордонні проекти; чверть постійно проживає за кордоном.

Що стосується матеріально-побутової сфери, то в Україні побільшало осіб, які задовольнили свої потреби в найнеобхіднішому (матеріально-побутова сфера 1-го рівня), але разом із тим збільшилася різниця між доходами привілейованих груп та інших громадян (лише 0,9% населення країни живуть комфортно на власний дохід) [див.: 4].

Це зумовлює необхідність суттєвих змін у стратегії розвитку нашого суспільства, в ідеології і напрямках його реформування, здійснення системних дій щодо подолання негативних наслідків ринкових відносин з метою забезпечення більш цивілізованого і гармонійного переходу країни на нову модель соціокультурного розвитку.

Висновки

Стиль життя особистості формується на перетині загальносоціальних умов її буття, мікросередовища, особливих життєвих обставин і вільного вибору. Кожен окремих індивід чи соціальна група є носіями і виразниками соціально-типових відносин (еко-

номічних, політичних, ідеологічних, моральних, соціально-психологічних) суспільства, до якого вони належать, але тією мірою, якою вони їх засвоїли. Певною передумовою формування в особистості чи групи специфічного стилю життя, особливої манери поведінки є історично зумовлена автономія їх у системі суспільних відносин, що визначає певну свободу вибору в спектрі соціальних можливостей. Кожне конкретне суспільство, перебуваючи на певній сходинці історичного розвитку, передбачає міру свободи такого вибору в межах форм життєдіяльності, що становлять спосіб життя конкретного народу.

Свобода і відповідальність вибору, які формують певний стиль життя, виявляються у відносній свободі вибору професій, роду занять і відпочинку, культурних і споживчих благ, цінностей, кола друзів. Стилю життя притаманний певний елемент стандарту, стереотипу, моди тощо, завдяки чому особистість чи група “вписуються” в соціальний контекст, ідентифікують себе із соціальним мікро- і макросередовищем, а в ширшому плані — вписуються у свій час, у свою епоху.

Хоча стиль життя є сталою характеристикою життєдіяльності суб’єкта, він змінюється як в історичному, так і в індивідуальному особистісному вимірі. В історичному контексті він змінюється під впливом більш-менш суттєвих перевтілень у соціумі, у його соціальній структурі й системі соціальних відносин. Ця закономірність унаочнюється за умов трансформаційних перетворень українського суспільства на початку ХХІ століття. В індивідуальному плані стилі життя змінюються під впливом певних змін у макро- чи мікросередовищі, конкретних життєвих обставин соціального й індивідуально-особистісного порядку (зміна соціального статусу, індивідуальної ролі тощо), а також у культурі психологічних характеристик соціального суб’єкта (світогляду, пріоритетах).

Стиль життя є культурно-історичним феноменом, він несе на собі відбиток соціально-історичної й культурної реальності конкретної доби. В кожну історичну добу домінантні форми практики виконують фільтраційну та формотвірну роль, створюють цілісний образ доби, в якому із найбільшою повнотою віддзеркалюється дух епохи, її суспільні ідеали. Унаслідок цього стиль життя різних соціальних суб’єктів має певні спільні риси, притаманні даній

добі, даному історичному часу. За умов глобалізації й інформатизації дедалі виразнішою стає тенденція до збільшення спільних рис в образі й стилі життя соціальних суб'єктів як у планетарному масштабі, так і в межах національних держав. Це дуже рельєфно виявляється в стилі життя молодішої генерації. Разом із тим у стилі життя відображається національний колорит, культурна самобутність національного суб'єкта як представника конкретного суспільства, певного народу з притаманними йому історичними й культурними традиціями і мораллю.

Попри культурне розмаїття, вперше в історії, як вважають аналітики, більшість жителів Землі виробляють спільне розуміння засадових принципів життєстрою. Революція у царині глобальних засобів комунікації, тотальна інформатизація світу у другій половині ХХ століття, планетарна економічна й соціокультурна взаємодія культур і народів — усе це значно поглибило процес “змішування” життєвих світів людей різних континентів і культур, що дістають відображення в стилі життя людей, примножуючи в ньому *загальнолюдські* риси, особливо у молоді Планети. Будучи виразником гуманітарного прогресу, цей процес має також зворотний бік — небезпеку втрати багатства національних і індивідуально-особистісних світів різних культур і цивілізацій, а відтак — культурне й індивідуально-особистісне зубожіння людства як роду. Протест проти такого штибу уніфікації дістає вияв у русі антиглобалістів та альтглобалістів.

Багатогранна гама індивідуальних відтінків у стилі життя людей не виключає можливості типологізації стилів життя. Така типологізація може здійснюватися за різними параметрами. Ми розглянули деякі особливості не лише стилю приватного життя, властивого більшості населення нашої країни, а й елітного стилю життя, який є характерним для заможної частини суспільства.

Стиль життя певною мірою соціально детермінований. Однак це витвір індивідуальної життєтворчості, в якому виявляється певна міра свободи й відповідальності особистості за те, як вона розпорядилася наданою їй можливістю прожити своє єдине, дароване їй унікальне життя. Здійснюючи життєво важливі вибори — освіти, різновиду діяльності, громадянської позиції, кола занять у вільний час, супутника життя — людина реалізує можливість особисто ткати

килим свого життя, торуючи власний шлях. Трансформаційні процеси в сучасному українському суспільстві руйнують традиційний порядок, застарілі норми й еталони життєздійснення і водночас розширюють межі свободи особистості в побудові свого життя з урахуванням імперативів нової доби, сучасного рівня розвитку цивілізації. Соціологічні дослідження зафіксували зростання процесу формування базової особистості з *інтернальною* позицією, яка орієнтується передусім на реалізацію особистих можливостей у побудові власного життя й активно використовує нові соціальні можливості, що з'являються в перебігу оновлення життя.

Література

1. Лой А. Leznprozess: Український досвід // Цінності громадянського суспільства і моральний вибір: Український досвід. — К., 2006. — С. 21—35.

2. Стиль жизни личности: теоретические и методологические проблемы. — К., 1982; Жизнь как творчество (социально-психологический анализ). — К., 1985; Жизненный путь личности (вопросы теории и методологии социально-психологического исследования). — К., 1987; Культура жизни личности. — К., 1988; Разумная организация жизни личности: проблемы воспитания и саморегулирования. — К., 1989; Головаха Е.И. Жизненная перспектива и профессиональное самоопределение молодежи. — К., 1988; Мартинюк І.О., Соболева Н.І. Люди і ролі. — К., 1993; Сохань Л., Головаха Е., Ануфрієва Р. и др. Психология жизненного успеха. — К., 1995; Злобіна О. Особистість як суб'єкт соціальних змін. — К., 2004; Психологія і педагогіка життєтворчості : Навчально-методичний посібник. — К., 1996; Життєва компетентність особистості : Науково-методичний посібник. — К., 2003, та інші.

3. Сохань Л. Частная жизнь: ценности и приоритеты // Украина. Проблемы общества переходного периода : Материалы 2-й школы молодых социологов. — Киев; Бердянск, 1995. — С. 11—15; Сохань Л. Человек в частной жизни: конкретно-историческое и индивидуально-личностное // Глобальная политика в контексте современной политической культуры: опыт и перспективы Восточной Европы : Материалы Международной научно-практической конференции. — Харьков, 1996; Ануфрієва Р., Сохань Л. Приватне

життя особистості // Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. — К., 1999. — С. 268–287; *Сохань Л.* Життя приватне // Соціологія. Короткий енциклопедичний словник. — К., 1998. — С. 172–174; Талисман души. Размышления о таинствах души и превратностях человеческой жизни. — К., 2003.

4. Див.: *Паніна Н.* Українське суспільство 1992–2006: соціологічний моніторинг. — К., 2006; *Головаха Є., Горбачик А., Паніна Н.* Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження. — К., 2006.

5. *Достоевський Ф.М.* Собрание сочинений : В 12-ти т. — М., 1982. — Т. 2.

6. *Шютц А.* Смысловая структура повседневного мира. — М., 2003.

7. Див.: *Histoire de la vie privée.* 1985. — Vol. 1.

8. *Histoire de la vie privée.* 1985–1987. — Vol. 1–5.

9. Человек в кругу семьи. Очерки по психологии частной жизни в Европе до начала Нового времени. — М., 1996.

10. *Замошкин Ю.* Частная жизнь, частный интерес, частная собственность // Вопросы философии. — 1991. — № 1. — С. 3–15.

11. *Седов Д.* Частная жизнь // 50/50. Опыт словаря нового мышления. — М., 1989.

12. *Бергер В., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. — М., 1995.

13. *Лук'янець В.* Практика нейролінгвістичного програмування // Практична філософія. — 2001. — № 1. — С. 38–56.

14. *Гидденс Э.* Устройство общества. — М., 2003.

15. *Злобіна О., Тихонович В.* Традиціоналізм та інновація в українському вимірі // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 4. — С. 69–93.

16. Цит. за: *Гудков Л., Дубін Б.* Людина вільна // Соціологія: теорія, методи маркетинг. — 2006. — № 4. — С. 11–13.

17. *Злобіна О.* Екранна версія життя і зміни особистісної суб'єктивності // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2002. — № 2. — С. 31–35.

18. *Феофраст.* Характеры. — Л., 1974.

19. *Сент-Экзюпери А.* Планета людей. — М., 1970.

20. *Маркс К.* Из рукописного наследия // *Маркс К., Энгельс Ф.* Собр. соч. — М., 1958. — Т. 12.

21. *Паращевін М.* Гедоністичні орієнтації серед населення України // Українське суспільство 1992–2006. Соціологічний моніторинг. — К., 2006. — С. 268–275.

22. *Суходуб Т.* Культура свободи як опосередкований суб'єкт політичних відносин: європейські цінності та український вибір // Цінності громадянського суспільства і моральний вибір: Український досвід. — К., 2006. — С. 117–123.

23. *Кобець Р.* Іманентна трансценденція приватності: глухі кути українського громадянського суспільства // Цінності громадянського суспільства і моральний вибір: Український досвід. — К., 2006. — С. 158–170.

24. *Степаненко І.* Розвиток відповідального ставлення особистості до свого життя // Мистецтво життєтворчості особистості: У 2-х ч. — Частина перша. Теорія і технологія життєтворчості. — К., 1997.

25. *Степаненко І., Степаненко М.* Біографічні описи і життєві проекти у процесах життєтворчості особистості // Життєтворчість особистості: концепція, досвід, проблема. — Запоріжжя, 2006.

26. *Дружинин В.* Варианты жизни. Очерки экзистенциальной психологии. — М.:СПб, 2000.

27. *Білорус О.* Світ і людина у ХХІ столітті // Голос України. — 2000. — 26 грудня.

28. Фокус. 100 самых богатых людей Украины. Специальный выпуск. — 2007. — №12/25. — 23 марта.

29. *Шульга М.* Етапи становлення політичної еліти в Україні в роки незалежності // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 4. — С. 24–37.

30. *Сорокин П.* Человек, цивилизация, общество. — М., 1992.

31. Див.: *Сохань Л.* Життєві цінності землян та барометр щастя // Українське суспільство: десять років незалежності. — К., 2001. — С. 452–459.

32. *Вебер М.* Основные понятия стратификации // Социологические исследования. — 1994. — № 5. — С. 147–156.

33. Життєва компетентність особистості : Науково-методичний посібник / За ред. Л.В. Сохань. — К., 2003.

34. *Силласте Г.Г.* Женские элиты в России и их особенности // Общественные науки и современность. — 1994. — № 1. — С. 112–121.

35. Див.: www.wciom.ru

36. *Паніотто В.І., Максименко В.С., Марченко Н.М.* Статистичний аналіз соціологічних даних. — К., 2004.

37. *Головаха Е.И., Панина Н.В.* Интегральный индекс социального самочувствия (ИИСС): конструирование и применение социологического теста в массовых опросах. — К., 1997.

Розділ 8

ОРІЄНТАЦІЯ НА УСПІХ ЯК СТИЛЬ ЖИТТЯ

У традиційному суспільстві нормальним життям вважали повсякденну селянську роботу в домашньому господарстві й на земельному наділі, результати якої забезпечували майже всі матеріальні потреби сім'ї, церковну десятину і милостиню для нужденних. А в самій праці реалізовувалися інші потреби, зокрема моральні й естетичні (у праці вбачали опору для душі, у виробі вкладали своє бачення краси).

Модель існування середньовічного простолюдина дав Фома Аквінський. У центрі практичного життя людини стоїть праця, яка, на його думку, має чотири мети: “Передусім і головним чином вона має забезпечити прожиток; по-друге, має виганяти неробство, джерело багатьох зол; по-третє, має приборкувати хіть, вмертвляючи плоть; по-четверте, вона дає змогу творити милостиню” [1, с. 271].

Будь-які наміри організувати працю таким чином, щоб вона давала більший продукт, ніж необхідно, зробити крок у бік економічного прогресу, суворо засуджувалися. У той час вважалося великим гріхом, гріхом гордині, здобувати собі в праці благ більше, ніж необхідно для первинних потреб. Нагромадження, бажання розбагатіти, навіть власною працею, інтенсифікуючи її, засуджувалися. Викорінювалися будь-які вияви наживи. “Видавалося природним, що ця байдужість і навіть ворожість у ставленні до економічного зростання відображалися у сфері грошового господарства й чини-

ли сильний опір розвитку в тій сфері духу наживи”, — зазначає французький дослідник Середньовіччя Ж. Ле Гофф [2, с. 274].

Перехід від феодального до капіталістичного способу життя, до ринкових відносин змінює систему базових людських цінностей. У модерному суспільстві на перше місце виходять конкуренція, свобода, індивідуалізм, приватність, обачність, розсудливість, гроші, багатство, кар’єра, мобільність тощо.

Зміна економічної й соціальної структури суспільства веде до збільшення кількості шаблів на драбинах професійної й бюрократичної ієрархії, що створює умови для змагальності за досягнення вищих статусів. Тут складається така система цінностей, де суспільно заохочуються успіх, кар’єра, визнання, слава. Формуються стилі життя, які зорганізуються навколо руху особистості до дедалі новіших цілей, до вищих досягнень в роботі, в побуті, у вільному часі. Вектор змін у житті людини має бути спрямованим лише вгору, лише на зростання, на нові вершини.

А перехід від індустріального до постіндустріального суспільства, де більшість трудівників зосереджується в сфері послуг, формування консьюмеристського суспільства від другої половини ХХ століття, в якому людина втягується в гонитву споживання товарів, створюють додаткову площину змагання за успіх — володіння престижними авто, побутовими товарами, послугами у сфері відпочинку й розваг тощо. Цьому також сприяють підвищення рівня освіти населення, яке веде до зростання самооцінки особистості, бажання самореалізації й самоствердження, амбіцій. Назагал ці інтенції особистості реалізуються через феномен успіху, через вибір стилю життя, зорієнтованого на успіх, кар’єру, досягнення.

Поняття успіху має кілька аспектів. По-перше, воно відображає результативність дій людини в соціальному середовищі. Цей аспект феномена успіху відбиває те, наскільки цілеспрямованою була людина в досягненні поставлених перед собою цілей. По-друге, за умов конкурентного суспільного середовища як успіх сприймається громадською думкою, оточенням свідомо, наполеглива, послідовна реалізація особистістю своїх здібностей і талантів. У цьому полягає головна відмінність успіху від вдачі, яка є наслідком випадку, несподіванки, не пов’язаних безпосередньо із зусиллями

особистості, із організацією нею відповідним чином своєї життєдіяльності, із вибором і дотриманням певного стилю життя.

Орієнтація на успіх як стрижень сучасних стилів життя ґрунтується на ідеології першості. Остання означає, що особистість виховується в душі змагальності, активності, орієнтації на першість будь-якою ціною і на практиці, в повсякденному житті неодмінно виявляє цю якість. Для неї нормою є те, що в будь-якій сфері життєдіяльності вона включається у змагальність і прагне лідерства — у професійній діяльності, у службових посадах, у соціальних статусах, у зайняттях на дозвіллі тощо. Ця властивість особистості виявляється як постійне вдосконалення себе в певній сфері діяльності (хоча це може бути не просоціальна, а девіантна і навіть злочинна з погляду суспільства діяльність), своїх навичок, своїх знань. Ці якості мають забезпечити їй домінування в усіх видах самовияву, допомогти виконувати рольові завдання краще за всіх, мати переваги перед іншими, бути в соціально престижних групах. Останніми роками ідеологія першості активно пропагується в нашому суспільстві через різноманітні телепередачі, художні фільми, комп'ютерні ігри тощо.

По-третє, успіхом можна назвати лише таку людську активність, що розгортається в суспільному середовищі, що має і поділяє певні колективні уявлення про стандарт оцінки успіху і сприймає й визнає результати цієї активності як досягнення. Саме визнання середовищем, групою результатів зусиль особистості легітимізує останні як успіх. У сучасному буржуазному суспільстві узагальненими символами успіху визнаються багатство, влада, популярність, упізнаваність.

Найпоширенішою формою успіху в інформаційному суспільстві є популярність, (відомість), упізнаваність. За суспільною значимістю вони стали пріоритетнішими за славу. За словами З.Баумана, “у формуванні ієрархій впливу популярність заступила місце слави, публічна впізнаваність витіснила наукові дипломи” [3, с. 114]. Відбувається капіталізація популярності. Відомі, впізнавані люди — це суспільний символ, який може стати брендом фірми, товару, послуги. Цю людину всі або дуже багато людей впізнають, з нею можна пов'язати все те, що продається, а отже, її ім'я, псевдонім, образ виступає свідомою чи підсвідомою причиною

вибору товару, партії, організації. За сучасних умов упізнаваність може бути як позитивною, так і негативною. У комерційному плані це не має значення. Головне, щоб вона була якомога сталою, що в технологічному плані дорівнює довготривалому ресурсу впливу на публіку.

Якщо слава була шляхом до індивідуального безсмертя, то популярність є лише “раптовим варіантом безсмертя” [3, с. 200] Публічна відомість, на думку того ж З.Баумана, є предметом споживання. “Як і будь-який предмет споживання в суспільстві *споживачів*, популярність створена, щоби приносити задоволення, що миттєво отримується і швидко вичерпується”, — зазначає дослідник. — “Суспільство споживачів є цивілізацією запасних частин і одноразових предметів, де мистецтво ремонту і підтримка збереження зайві й майже забуті. Популярність така ж доступна, як і миттєва” [3, с. 310].

Орієнтація на успіх пов’язана з орієнтацією особистості на час. На успіх зорієнтовані ті особистості, котрі спрямовані у своїй життєдіяльності в майбутнє. Ті ж, хто орієнтується на минуле, не пов’яже своїх надій з якимись досягненнями в освіті чи професії, в їхніх життєвих планах немає бажання робити кар’єру, так само, як і мало надій на те, що вони розбагатіють. До цієї категорії людей належать здебільшого літні й хронічно хворі люди. Як правило, вони не мають соціального потенціалу і тому сподіваються на чийсь допомогу — близьких, держави, партій, громадських організацій.

Вельми поширеною в наш час є орієнтація особистості на сьогодні. Такі люди хочуть отримати максимум переваг, задоволення для себе сьогодні, не очікуючи завтрашнього дня. Вони не вибудовують якоїсь стратегії досягнення успіху. Вони не планують свого життя на далеку перспективу. Феномен успіху перебуває поза межами їхнього ментального дискурсу. І якщо на їхню долю випадає успіх, то він виглядає як випадковість, як талан, вдача. До речі, в українському суспільстві сьогодні інструментальна орієнтація на час і його довгострокова організація особистістю поки що менш поширені, ніж спонтанність поведінки в часі. На запитання анкети Омнібуса Інституту соціології НАН України у 2007 році “Якщо Вам необхідно досягти поставленої мети, то як Ви зазвичай

поводитесь?” 51% громадян відповіли: “Нічого не планую, життя саме підкаже, як діяти”. А тих, хто відповів “Завжди розробляю план дій”, було тільки 37%.

Наскільки пропаганда ідеології успіху, кар’єри є соціально корисною, які суспільні наслідки вона дає? Прихильники цієї ідеології виставляють як позитив те, що люди, які поділяють цінності успіху, є просоціальними, суспільно активними, креативними. Хоча надмірна просоціальна активність заради успіху робить людину засобом для досягнення зрештою зовнішньої для неї мети. Скільки сьогодні ми бачимо таких, здавалось би, удачливих, а насправді нещасних офісних рабів?

Ще не так давно в нашому суспільстві слово “кар’єра” далеко не завжди асоціювалося з чимось моральним, позитивним. Просування людини службовими східцями без кореляції з моральними нормами, без співвіднесення з суспільними цілями й інтересами, статусне зростання, продиктоване егоїстичними мотивами, засуджувалося громадською думкою, було предметом іронії. До речі, таку моральну позицію не слід ототожнювати з радянськими цінностями. Це радше цінності загальнолюдської культури. “Насправді слово “кар’єра” мене просто лякало”, — говорить героїня італійського письменника Кулікк’я. — “Я знав, що я син робітника і що мені слід ворушитися самому, але я не хотів робити кар’єру, не хотів, щоб мене розпорошила й закатала у вакуумну упаковку машина, налаштована на розмір, який не був моїм розміром. Злякати мене було неважко. Я боявся, що сам засаджу себе в камеру-одиночку і потім викину ключа власними руками, як це трапляється уві сні” [4, с. 76].

Стиль життя, однобічно спрямований лише на успіх, формує спотворені людські цінності. Бажання успіху будь-якою ціною застигає сенс людського життя. Виявом таких деформованих цінностей є, наприклад, явище чайлдфрі, тобто свідомо відмова від дітей. У цьому явищі сходяться орієнтації на беззастережний успіх і крайній гедонізм та індивідуалізм. Адже діти, на думку прихильників цього стилю життя, в системі їхнього мислення і ціннісних координат, заважають як професійному зростанню, статусній кар’єрі, так і власній насолоді життям тут, зараз і назавжди. Крім того, цінності суспільства споживання спонукають молоді

сім'ї із небагатих верств, що намагаються досягти рівня споживання якщо не багатих, то принаймні середніх верств, першою чергою заощаджувати на дітях. Вони вважають, що дітей можна народжувати лише тоді, коли вони самі наблизяться до певного рекламного стандарту споживання. На практиці це означає бездітність. На жаль, явище “чайлдфрі” певною мірою героїзується надмірною увагою до нього ЗМІ, воно стає модою й може завадити багатьом молодим людям, які справжню небезпеку цього явища можуть зрозуміти надто пізно.

Крім того, кажучи лише про успішних, ми залишаємо поза увагою проблему тих, хто не досяг успіху, проблему невдах. Досягти вершин успіху можуть одиниці, решті вготовано місце серед середнячків чи серед невдах, тобто по-сучасному — серед “лузерів”. Щоправда, дехто з авторів вважає, що за цим англійським заміном слова “невдаха” стоїть певна філософія. “Невдаха” існує у смисловому ряду вітчизняної культури, де до бідної, викинутої долею й обставинами на маківці людини, до хворого, до того, хто програв, виявлялося співчуття, жалісливість. А “лузер” — це нове явище, воно породжене ідеологією успіху, першості. Тут інші умови, інші правила життєвої гри: того, хто програв зневажують, піддають остракізму, виключають зі “своїх”.

“Лузер” — це той, хто не має передумов для успіху, хто перебуває в безнадійній ситуації, хто приречений завжди залишатися внизу, на дні. Такий статус може бути наслідком як психологічних, моральних, так і соціальних, економічних причин. Серед невдах багато людей зі складним, невірноваженим характером, які застосовують до себе надвисокі моральні вимоги або вимушені діяти під тиском вимог найближчого соціального оточення.

Як показує практика, люди, які не змогли досягти успіху, першості, важко сприймають свою життєву ситуацію, переживають різноманітні комплекси меншовартості, фобії. Мало хто з них воліє навечно залишатися в ролі “лузера”. Вони намагаються змінити уявлення про себе, вони шукають вихід своїм нереалізованим потребам — і нерідко знаходять його в так званій силовій кар’єрі. Вони переходять від ролі жертви до ролі насильника і сприймають це як позитивний для себе поворот життя. У певних діях, спрямованих проти іншої особистості, вони переживають

почуття влади, радість володаря і переможця. Як правило, своїми жертвами вони обирають такого самого невдаха, як і вони самі.

Реакцією на дефіцит першості, успіху, престижу є спроба суспільства виробити механізм плюралізації успіху. На думку А.Прокоф'єва, за умов дефіциту успіху стоїть завдання “створити суспільний простір, де кожному будуть максимально доступні ситуації переживання успіху і де успіхи індивідів і груп безпосередньо сприятимуть загальному благу. З певною часткою метафоричності можна позначити це завдання як створення “суспільства успішних індивідів” [5].

Таке суспільне завдання з усвідомленого конструювання подібного, диференційованого суспільного простору з багатоманітністю векторів можливих особистих досягнень згаданий автор називає заходами з плюралізації успіху [5]. Подібний простір із розширеними можливостями досягнення успіху створюється завдяки тому, що суспільство ще більше диференціюється на професійні, статусні, культурні, освітні, вікові тощо групи, кожна з яких відкриває для особистості напрям для змагання за першість, за успіх, створює певну суспільну бігову доріжку, на фініші якої на неї очікує публічне визнання. Проте ускладнення соціальної структури суспільства породжує нові проблеми у площині успіху. Адже люди порівнюють себе, свої досягнення не лише на власних професійних “бігових доріжках”, а й на сусідніх, причому не лише на професійному полі, а й на інших соціальних полях. Постійна присутність в суспільній свідомості соціального порівняння вельми ускладнює можливості задоволення амбіцій, адже навіть ті, хто досяг успіху на своїй “доріжці”, незрідка бувають незадоволеними, поглядаючи на інші доріжки, де видають вагоміші, привабливіші призи.

Складовими успіху людини в суспільстві є престиж, повага. Ці ознаки існують у певній системі соціокультурних цінностей, що історично склалися в певному суспільстві. Власне, і успіх як цінність аналогічною мірою залежить від системи соціокультурних цінностей. Тобто успіх — це не абсолютна цінність, а лише конкретно-історичне явище. Звісно, його складові є невід'ємними елементами цієї системи. Але успіх як поняття ціннісної системи є більш генералізованим, узагальненим поняттям, що відбиває

більш-менш усталені явища, на відміну, скажімо, від престижу чи поваги. Останні мають доволі динамічну природу, про що свідчать зміни в громадській думці останніх двох десятиліть в українському суспільстві.

Наприклад, військовослужбовець, який за радянських часів мав високий престиж і повагу, сьогодні має дуже високий престиж на думку лише 4%, а високий — 20% громадян. Така ж трансформація відбулася і з престижем професії художника з відповідними показниками 6% і 21%, агронома — 2% і 15%. Натомість престиж керівника банку суттєво зріс. Зараз 54% громадян вважають, що престиж цієї посади є дуже високим, а 35% — високим. У громадській думці спостерігається таке ж стрімке зростання престижу посад адвокатів, підприємців, комерсантів тощо.

Тому успіх є явищем плінним, тимчасовим. Навіть обіймаючи одну й ту саму посаду, докладаючи однакових зусиль у своїй діяльності, людина може виявити, що вона вже не посідає тих позицій за шкалою успіху, що були у неї кілька років тому. Правильним є і зворотне твердження — люди певної професії, що були в тіні громадської думки кілька років тому, зненацька стають модними, престижними, успішними.

Але динаміку змін уявлень про успіх у суспільстві не можна звести до простого механізму змін престижу професій, хоча і його не слід відкидати. Насправді, із часом у суспільстві змінюються самі принципи досягнення успіху. Ми є свідками того, що старше і молодше покоління мають різні принципи оцінки успіху. Старше покоління, яке було когортою тих, хто метою життя ставив здобуття вищої освіти, набуття професії, оволодіння знаннями, успіхом вважає вже сам факт здобуття людиною високої освіти, майстерне володіння спеціальністю. Тобто успіх нерозривно пов'язаний із набуттям знань, змістом діяльності, рівнем її освоєння. А такі речі, як посада, матеріальна винагорода за фахово-освітній рівень перебувають серед периферійних складових успіху. Для людей старшого покоління, наприклад, успіхом вважається те, що людина здобула високу освіту, досягла висот у професії, захистила дисертацію і стала вченим.

Уявлення молоді про успіх має іншу структуру. У молодого покоління ознакою успіху вважається рівень матеріальної винаго-

роди. Освіта в цьому разі розглядається як умова досягнення високого матеріального статку, а як самоцінність, як поле для особистісної самореалізації майже не розглядається або перебуває на периферії свідомості. Важливіше перше. У полі цієї логіки людина ставиться до освіти як до певної інвестиції, що має негайно давати прибуток [6]. І навіть якщо людина без освіти “розкрутилася”, набула певних статусних позицій — висока зарплата, квартира, авто, відпочинок на дорогих курортах тощо — то саме це і вважається успіхом.

Шлях до успіху також бачиться цими поколіннями по-різному. Для старших шлях до успіху лежить через систематичність зусиль, через цілеспрямованість особистості. Будь-яка людина, яка доволі значний час сумлінно дотримується просоціальних норм, досягає успіху. Успіх для людей старшого покоління — це шлях тривалих зусиль, наприкінці якого — винагорода. Логіка молоді інша. Вона вважає, що не кожному гарантований успіх. Лише неординарність поведінки, везіння, щасливий випадок можуть привести до успіху. У цьому разі — успіх — це не кінцевий результат на довгому шляху, а карколомний ривок, крутий віраж долі. Тому в кожному життєвому проекті молодь робить ставку на швидкий успіх, на заняття, що приносять швидкі гроші.

Певною втіхою для “лузерів” і середнячків може бути сфера споживання, яка дає їм шанс на специфічне самоствердження, досягнення успіху у володінні речами, у споживанні послуг, у розвагах. Щоправда, це ерзац-успіх, шахрайська “лялька”, що прикриває бездуховність, порожнечу, примітив. Але, не маючи можливості досягти успіху в інших сферах, людина тішиться й цим. Тим паче, що вся сфера сучасного споживання будується на спекуляції людськими бажаннями. Реклама звертається безпосередньо до особистості, граючи на її бажанні мати високий рівень самоповаги, гідності, впевненості — “адже ти цього гідна!”, “ти найкращий!”, “світ належить першим!”

Суспільство споживання породжує безліч штучних потреб, призначення яких — привернути увагу потенційного споживача до товарів, послуг, зробити їх бажаною метою і тим самим створити ілюзії, що досягнення їх підвищить його статус, принесе задоволення і щастя. Сфера споживання приваблює людей тим, що

вона дає, як їм здається, шанс досягти певного успіху й одночасно забути про свої невдачі в інших сферах: через споживання речей, через моду здобути престижний статус у групі, відповідати взірцям, прийнятим у їхньому соціальному середовищі, у референтній групі.

Самоствердження людини у сфері споживання формує у неї специфічну структуру засобів досягнення успіху. Єдиним засобом досягнення успіху тут слугують гроші, багатство. А їх, як відомо, завжди бракує. Особливо гостро цей брак відчувається більшістю людей у бідних країнах. Тому для них успіх першою чергою ототожнюється з багатством. Про це свідчать відповіді респондентів соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України у 2003 році. На запитання анкети “Що, на Вашу думку, є сьогодні найголовнішою ознакою успіху людини у нашій країні?”, 47% — громадян назвали багатство. На другому місці стоїть кар’єра — 28%. А наприклад, майстерність вважають ознакою успіху лише 16%, спокійну совість — 16%, визнання людей — 19% наших співвітчизників.

Додатковою сферою, що розширює простір переживання успіху, може слугувати сфера діяльності інститутів громадянського суспільства. “У певному сенсі громадянське суспільство, затверджуючи множинність не тільки діяльностей, а й критеріїв досконалості, створює (і це, поза сумнівом, одна з його привабливих сторін) систему таких ілюзій, що дають людям змогу вважати, що вони досягли вершини”, — писав Е.Геллнер, — “бо тут є безліч незалежних вершин, і кожна людина може думати, що вершина, поблизу якої вона перебуває, є найважливішою і значущою” [7, с. 206].

І можливо, це насправді так. Принаймні ті цілі, які реалізує особистість у сфері громадянського суспільства, є більш змістово наповненими, вони є благороднішими, а отже, і значно ближчими до мети всебічного розвитку людини, її духовного зростання, ніж ті, що пропонуються суспільством споживання. Звісно, таке твердження буде правильним за умови, що груповий і навіть суспільний цинізм ще не роз’їв залишків хоча б цих гуманістичних цінностей і в суспільстві ще не злилися воедино принципи консьюмеристського і громадянського суспільства, що полягають у штучно вироблених умовах для задоволення певних людських амбіцій шляхом маніпуляції ілюзіями. Але звернімо увагу на те,

що Е.Геллнер у цьому контексті називає вершини досягнень, тобто успіх ілюзіями. У такому разі всі форми плюралізації успіху виглядають як плюралізація людських марень.

Підкорення свого життя досягненню професійного успіху, накопиченню багатства, здобуттю популярності може наразитися на проблему ширших цінностей, а саме — смисложиттєвих. Відчувши обмеженість і бідність таких цінностей, як кар'єра, гроші, розкіш, влада, людина починає ставити “вічні” запитання смислу життя. І тоді серед інших постає й запитання: “А заради чого я приношу всі ці жертви — роблю не те, що мені хочеться, спілкуюся не з тими, з ким хотілось би, відпочиваю не так, як бажаю? Чому я кожен крок маю співвідносити із нав'язаними мені стандартами, лише для того, щоб це сприяло моєму успіху, моєму кар'єрному злету? Життя триває, а я не належу собі, своєму уявленню про те, яким би життям хотів жити. У цій метушні, слідуванні зовнішнім завданням нічого не залишається мого, зрештою й сам я дедалі більше стаю функцією якогось демону”. Людина втомлюється від постійного поспіху, гонитви, напруження, відповідальності, від роботи від зорі до зорі, від стресових ситуацій, від того, що не встигне, не впорається, не виконає. Про це навидовижу вдало написав в одному зі своїх віршів Є.Євтушенко:

Проклятье века — это спешка,
И человек, стирая пот,
По жизни мчится, словно пешка,
Попав затравлено в цейтнот.
Поспешно пьют, поспешно любят,
И опускается душа.
Поспешно бьют, поспешно губят,
А после каются, спеша.

Поет закликає людей, зорієнтованих на успіх, на кар'єру, зважити ту ціну, якою вони можуть бути досягнуті, не забувати про найвищі людські цінності, про сенс життя, про його неповторність:

Когда шагаешь к цели бойко,
Как по ступеням, по телам,
Остановись, забывший Бога,
— Ты по себе шагаешь сам!

Формою негативної реакції на стиль життя, спрямованого на успіх, стало явище, яке назвали дауншифтінг. Воно нещодавно з'явилося у розвинених західних країнах, але вже має вияви і в Україні, і в інших пострадянських країнах. Інколи явище дауншифтіngu вважають реакцією на стиль життя яппі. Для останніх характерною була жорстка раціоналістичність, розсудливість в організації свого життя, повне підкорення його кар'єрним досягненням, лідерська спрямованість, поведінка поза роботою, також спрямована на роботу, на успіх — машина, костюм, ресторан, в якому обідає, коло спілкування — все це має доповнювати позитивний кар'єрний імідж. У житті не повинно бути місця нічому, що не пов'язане з кар'єрою, — відмова від розваг, відпочинку, від спілкування з рідними і друзями.

Але дауншифтінг — це реакція на ширше коло явищ, ніж субкультура яппі. На нашу думку, дауншифтінг може бути розглянутий як вияв певної контркультури, що протистоїть домінантній у суспільстві культурі з ринковими цінностями успіху, досягнень. Це реакція на розчарування людини в своєму житті, це рефлексія, усвідомлення особистістю смисложиттєвої кризи і одна із форм виходу з неї. На практиці це означає різку свідому зміну життєвих орієнтирів, способу і стилю життя — відмову від кар'єри, виснажливого поспіху в повсякденному житті, інтенсивної роботи, демонстрації високого статусу заради простих житейських цінностей: сімейного спілкування, розміреного життя, буденного комфорту, що полягає в гармонії внутрішніх потреб і зовнішньої поведінки особистості, турботи про здоров'я, гармонії з природою. Це явище також включає переоцінку особистістю стилю свого споживання, його сенс. Дауншифтінг передбачає відмову від безглузлого споживання речей, коли останні розглядаються не через їхні споживчі характеристики, а через бренд фірми, престижність у суспільстві.

Дауншифтери знаходять для себе менш виснажливу роботу, з меншою відповідальністю і вужчим колом службових обов'язків. Найрішучіші люди відмовляються від високих посад, статусів, становищ і переходять в нове для них соціальне середовище, якому належать нижчі шаблі в суспільній ієрархії, переїзять подалі від великих міст, спрощують свій побут, втрачають у доходах. Взагалі переїзд, зміна місця проживання є характерною стратегією даун-

шифтіngu. Інколи це набуває форми певного епатажу, демонстрації від зворотного: переїзять до якихось екзотичних і відсталих країн, або до занедбаних, вимираючих сіл, відмовляються від електрики, газу, будь-якої побутової техніки. Очевидно, що це будуть тимчасові дауншифтери, які й із цього вчинку скачують для себе вигоду, поліпшать свій престиж завдяки такій вихідці.

Слід зазначити, що така реакція на життєву кризу дістала назву, що народилася в середовищі, яке поділяє цінності ринкового й консьюмеристського суспільства, тобто дауншифтіng. Це англійський термін, що означає “зсув вниз”, тобто вже в сам термін вкладено негативну оцінку явища. Існують й інші терміни для позначення цього явища, зокрема “добровільна простота”. Хоча явище дауншифтіngu характерне для нового тисячоліття, все одно не можна сказати, що подібних течій, особливо серед молоді не було раніше. Дауншифтіng у чомусь подібний до бунтарського руху хіппі у 60–70 роках ХХ століття. А одиничні приклади, коли людина, говорячи по-сучасному, залишала престижні місця, світську “тусовку” й кудись подавалася заради організації й реалізації омріяного нею стилю життя, були відомі в історії з давніх давен [8]. Можна згадати і римського імператора Діоклетіана, який добровільно залишив свій трон і вдався до приватного життя, вирощуючи овочі, і Льва Толстого, який пішов з домівки, сподіваючись таким чином звільнитися від умовностей поміщицького життя. Існує також легенда, що російський цар Олександр І не помер у 1825 році в Таганрозі, а імітував смерть і подався в мандри країною в образі старця Федора Кузьмича. У наші дні прикладом такої різкої зміни стилю життя може слугувати вчинок російського мільйонера Германа Стерлігова, який продав своє житло в престижній московській Рубльовці, побудував дім у віддаленому хуторі Московської області, на межі зі Смоленською, і перебрався туди з дружиною і п’ятьма дітьми. Тепер він займається вівчарством, продає екологічно чисту баранину своїм колишнім колегам-олігархам. Тобто в усі часи серед людей жила мрія зажити таким життям, яке б давало повну свободу, можливість займатися тим, до чого тягнеться душа. Але обов’язки перед іншими, спосіб життя суспільства висувають суворі й жорсткі вимоги до особистості. Тому лише окремим людям вдавалося вирватись із поля впливу цих

вимог, здолати суспільні, моральні й психологічні умови життя. Можна впевнено сказати, що дауншифтинг як стиль життя буде явищем винятковим, втягне до своєї орбіти одиниці, проіснує лише певний час. Для українського суспільства з низьким рівнем життя, для суспільства, в якому надвеликими зусиллями досягають матеріального благополуччя, це явище в найближчі роки навряд чи буде поширене. До речі, однією із причин поширення дауншифтингу вважають ситість, одноманітність життя людей із середнього класу. Для значної частини наших співгромадян спосіб і стилі життя людей середнього класу поки залишаються метою, ба й нездійсненою мрією.

Утім, виникнення дауншифтингу має й інші причини. Його вияви в нашому суспільстві передовсім слід сприймати як форму незадоволеності людей пропагованими й розтиражованими у суспільстві цінностями і заснованими на них стилями життя. Та й саме явище дауншифтингу різне у своїй основі. Зараз більше пишуть і говорять про крайні випадки: про дивацтво, про ескапізм, про соціальний аутизм, про схимництво — коли дуже багатій людині набридає бізнес і вона відмовляється від нього на користь простого і скромного життя, або людина із високим суспільним статусом добровільно йде з посади “в люди”. Як правило, такі люди залишаються публічними, про них говорять в малому чи великому суспільному колі, незрідка це своєрідний епатаж, форма привернення до себе громадської уваги. Тому слід розрізняти тимчасовий дауншифтинг, який є нарочитим, демонстративним, і дауншифтинг як наслідок кризи сенсу життя, як усвідомлену і вистраждану зміну способу життя, щирі реакцію на незадоволеність своїм стилем життя і результат прагнення такої адекватної стану душі суспільної поведінки.

У всі часи нашому суспільстві високо цінувалися вчинки, пов'язані з відмовою від багатства, від користолюбства і переходом до простого, ґрунтованого на власній тяжкій праці скромного стилю життя. Православ'я дає масу прикладів, коли світські люди приймали схиму й ставали відлюдниками. Куди більше рішучості й мужності треба для небагатої людини, щоб змінити стиль життя, спрямований на такі привабливі, модні й престижні сьогодні в суспільстві цінності, як приголомшливий успіх, широке публічне

визнання, блискавична кар'єра, незчисленне багатство, високий суспільний статус, і почати жити таким життям, яке відповідає твоїм устремлінням, прагненням, мріям, усьому тому, що дає тобі душевний спокій. Такий результат можливий тоді, коли за цим свідомим вчинком стоять висока інтелектуальна, волюва і моральна розвиненість особистості, її соціальна зрілість, самодостатність, здатність подолати комплекси меншовартості, піднятися над конформізмом. Цей тип особистості не боїться того, що чутки, громадська думка охрестять його “лузером”. Він свідомо змінює свою життєву стратегію і не вважає це відступом чи поразкою. Навпаки, у нього відкриваються нові горизонти особистої свободи, звільняється енергія дії, він відвойовує час у змарнованих безглузких, але прийнятих у його колишніх групах гламурних заняттях, для реалізації своєї заповітної мети, для життя за своїми принципами. У цьому полягає відмінність “лузера” від “дауншифтера”.

А поки що в українському суспільстві, за даними опитування Інституту соціології НАН України 2007 року, найбільше громадян вважають успішною людиною депутата, політичного діяча, представника вищої державної влади — 40,5%. Далі йдуть бізнесмен, підприємець — 40,4%, людина, щаслива в сімейному житті, — 36,6%, людина з високими доходами — 33,9%, зірка телеекрана — 19,2%. Цінності саморозвитку, самовдосконалення, таланту особистості не співвідносяться з цінностями успіху. Відомого письменника, актора вважають успішною людиною лише 4,5%, відомого вченого — 5%, високоосвічену людину — 9% громадян. Тобто здебільшого люди зорієнтовані на зовнішні цінності, хоча понад третину серед опитаних становлять прихильники сімейних цінностей.

До речі, дані цього дослідження фіксують, що в громадській думці відбувається суперечливий процес зміни оцінок престижу професій, уявлень про суспільну повагу до певних посад, професій. Так, 21% громадян вважають, що професія вченого має дуже високий, а 37% — високий престиж і повагу в суспільстві. Але успішною людиною відомого вченого вважають лише 5%. Тобто у цих відповідях відбилися інерційні уявлення про колишній високий престиж професії вченого і реалії його суспільного статусу зараз.

Такі відповіді пояснюються ще й тим, що принцип орієнтації усіх на успіх, успіх як бажана диспозиція особистості в суспільстві

неминуче підштовхує людину до запитання, чому її зусилля, а також зусилля більшості колег по колективу й професії не приводять до успіху. Адже її праця, її діяльність є не менш важливими для суспільства, ніж тих, хто досяг успіху. Це викликає у людей дискомфорт, заздрість, незадоволення. Роздуми з цього приводу завершуються серед іншого й висновком, що суспільство, яке орієнтує всіх на успіх, є несправедливим. Тобто зрештою люди перестають сприймати сам принцип розбудови суспільства з головною орієнтацією на успіх. Як неважко помітити, соціально-психологічна позиція несприйняття успіху як цінності суттєво відрізняється від позиції дауншифтіngu.

До речі, більшість українських громадян стоять на більш реалістичних позиціях і найдосяжнішими для себе в наш час вважають сімейні цінності, коло надійних друзів, міцне здоров'я, можливість працювати на себе, свою сім'ю, а не на інших, тобто базові екзистенціальні цінності, а не цінності консьюмеристського, ринкового суспільства. Про це свідчать відповіді на запитання: "Що саме з переліченого Ви відносите до вже досягнутого Вами життєвого успіху?", поставлене у згаданому вище Омнібусі (можна було дати відповіді не більш як за трьома позиціями): 48% — найбільша частка відповідей на це запитання — досягли в житті дружньої сім'ї, 30% — кола надійних друзів, 17% — міцного здоров'я, 17% назвали можливість працювати на себе, свою сім'ю, а не на інших.

Разом із тим лише 4% громадян вважають своїм успіхом можливість добре відпочивати, подорожувати, побачити світ, 6% — досягнуту професійну кар'єру, 9% — досягнутий рівень матеріального добробуту, 14% — можливість займатися улюбленою справою. І ще 17% поки нічого не можуть віднести до свого життєвого успіху. Ці відповіді доводять, що переважна маса населення хоча й має ціннісні ілюзії щодо досягнення пропагованих у суспільстві цінностей зовнішнього успіху, в реальному житті має значно скромніші досягнення у цій площині, а справжній їхній успіх зосереджений на сім'ї, колі друзів та власному здоров'ї.

Явище дауншифтіngu можна тлумачити і в ширшому контексті, ніж особистісні проблеми і внутрішньоособистісні конфлікти. Воно є певною реакцією на марнотратне життя сучасного людства. Це форма заклик до змін у відносинах людини з природою, сучасних поколінь із прийдешніми. Адже хижачьке ставлення до лісів, води,

грунтів, до клімату, яке ми спостерігаємо сьогодні, ігнорує інтереси тих, хто йде за нами. Це егоїзм сучасників, що обмежує можливості поколінь, що погіршує умови життя поколінням дітей і онуків. У цьому контексті дауншифтинг не так пов'язується з кар'єрою, як із масштабними проблемами сенсу життя людини, відповідності способу життя і людських цінностей, місця і значимості природи в суспільстві.

Оскільки ці питання стоять в широкому контексті загальнолюдських цінностей, стає зрозумілішим, чому явища дауншифтингу дістають відгук серед населення бідних країн.

Отже, не можна спрощувати явища дауншифтингу й зводити його лише до проблем на особистісному рівні. Звісно, кризи особистості відомі в усі віки, а в наші дні це не так психологічне, як соціальне явище. Незважаючи на те, що в сучасному ринковому демократичному суспільстві нібито зміцнюються умови плюралізації успіху, поки що на практиці, навіть у благополучних суспільствах, а не лише в українському, ми бачимо, що більшість людей належить до невдах або до тих, кого ідеологія успіху не хвилює. Через явище дауншифтингу суспільство демонструє, що цей шлях розвитку людства веде його в глухий кут, збіднює і примітивізує.

Література

1. *Фома Аквинский*. Свод богословия. Цит. за: *Ж.Ле Гофф*. Цивилізація середньовікового Запада. — Екатеринбург, 2005.
2. *Ле Гофф Ж.* Цивилізація середньовікового Запада. — Екатеринбург, 2005.
3. *Бауман З.* Индивидуализированное общество. — М., 2002.
4. *Куликья Дж.* Все равно тебе водить. — СПб., 2003.
5. *Прокофьев А.В.* Плюрализация успеха: проблемы и парадоксы. — <http://www.mion.novsu.ac.ru/gev/projects/success/forum/P1>
6. *Зарубина Н.Н.* Влияние денег на социальное конструирование времени. Динамика нелинейности // Социологические исследования. — 2007. — №10. — С. 51—60.
7. *Геллнер Э.* Условия свободы. Гражданское общество и его исторические соперники. — М., 1995.
8. *Климов В.* Українські православні монастирі та чернецтво: позиція в національній історії. — К., 2008.

Розділ 9

ГЕДОНІСТИЧНІ ЕЛЕМЕНТИ СУЧАСНИХ СТИЛІВ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Гедонізм як наукова проблема

Питання забезпечення соціального порядку і соціальної інтеграції є одним із базових у соціальних науках. Відповідно, багато уваги спрямовано на окреслення можливих загроз цьому порядку та визначення шляхів і способів розв'язання потенційних проблем і відвернення загроз. Однією з таких загроз аналітики вважають поширення в суспільстві гедоністичних орієнтацій, тобто такого стану свідомості, коли людина прагне отримувати від життя переважно або винятково задоволень, причому задоволень саме матеріальних, тілесних, чуттєвих.

Прагнення задоволення й уникнення страждань, безперечно, є базовими інстинктами людини. Тож можна припустити, що з точки зору соціуму проблемою є не стільки гедонізм як такий, скільки міра зосередженості людини на ньому, міра його панування над особистістю й міра поширення в суспільстві. Адже, як зазначав ще середньовічний лікар і алхімік Парацельс, отруйність речовини визначається не нею самою, а її концентрацією. Цю тезу можна застосувати й до всіх соціальних проблем. Ті чи інші негативні явища й процеси стають помітною і відчутною проблемою для всього суспільства тоді, коли вони набувають масового характеру. Твердження про масовість гедоністичних схильностей,

особливо стосовно молоді, вже фактично стало одним зі штамів наукового дискурсу. Водночас можна помітити, що впевненість у правильності таких тверджень малообґрунтована — вони виводяться з пов'язування із гедонізмом дуже різних речей, часто ґрунтуються на особистих спостереженнях, а не на даних масових емпіричних досліджень.

Отже, ми спробуємо з'ясувати, наскільки обґрунтованими є побоювання щодо “гедоністичної загрози”. Спочатку визначимо, чим власне є гедонізм, як його можна операціоналізувати як поняття.

Загалом гедонізм існує, так би мовити, у двох іпостасях: як практична поведінка і як етичне вчення, яке може впливати на цю поведінку й спрямовувати її. Щодо етичного вчення, то у філософії під гедонізмом розуміють такий тип вчень, в яких визначення добра та зла пов'язувалися з дихотомією задоволення-страждання, або коли найвищим благом і метою життя людини є насолода [1, с. 96]. У систематизованому вигляді це вчення вперше було розвинене грецьким філософом-сократиком *Арістипом Кіренським*. Цей мислитель вважав, що критерієм блага може бути лише насолода чи страждання, які отримуються через відчуття. Причому насолода розглядається як така, що не може бути станом спокою, а лише позитивним задоволенням, яке, до того ж, стосується лише теперішнього часу, а не минулого або майбутнього. Предметом прагнень визначалося лише окреме, наявне в конкретний момент часу задоволення — тобто мета життя має полягати в насолоді від теперішнього. А з усіх можливих насолод найбажанішими проголошуються чуттєві, оскільки вони найсильніші. Водночас Арістип зазначав, що засобом досягнення щастя має бути свобода, яка дала б нам силу відмовитися від недосяжного задоволення або від задоволення, яке може в майбутньому викликати страждання. Тому людина має бути готовою як до того, щоби скористатися задоволеннями, так і до того, щоби легко від них відмовитися [2, с. 130–131]. Також Арістип вчив, що необхідно виробити в собі повну свободу в прийнятті чи неприйнятті життєвих подій і на все у світі реагувати лише відчуттями задоволення.

У вченні послідовників Арістипа, філософів школи кіренаїків, обстоювався пріоритет потреб індивіда перед соціальними установами, які розглядалися як умовності, що обмежують свободу.

Разом із тим гедоністичні установки могли набувати радикальних форм — серед кіренаїків були й ті, хто вважав, що виправданою є будь-яка насолода; понад те: виправданими є будь-які дії й зусилля, якщо вони ведуть до насолоди. Зокрема, кіренаїк Феодор вважав прийнятними задоволення навіть від явних правопорушень, вважаючи, що всі суспільні заборони є лише насильством над людьми або наслідком сліпої звички [3, Т. 2]. У цьому кіренаїки відрізнялися від Сократа, який, визнаючи значимість задоволення, тлумачив його як усвідомлення того, що щось робиться добре. Відповідно, Сократ наполягав на розрізненні задоволень поганих і добрих, а також істинних і хибних.

Певні, пов'язані з проблемою гедонізму, оцінки містяться й у творчості *Платона*. Зокрема, у своїх пізніх творах він намагався показати, що хоча не можна стверджувати, що життя є добрим лише тому, що сповнене задоволень, все одно можна довести, що найприємніше життя є водночас і найкращим. *Аристотель* вважав, що задоволення як таке не є благо і не є гідним вибору саме по собі. Він наголошував, що сенс життя полягає не в задоволеннях, не в щасті, а в здійсненні вимог розуму на шляху до блага [4, с. 62]. Задоволення, вважав він, тоді є справжнім, коли воно отримується від найбільшої чесноти і є притаманним найкращій частині душі. Діяльність найдосконаліша і найприємніша тоді, коли вона виходить з того, що перебуває в найкращому стані, і коли вона спрямована на значущий предмет. Така діяльність дає насолоду як усім відчуттям, так і мисленню і спогляданню [2, с. 372–373].

Помірний варіант гедонізму був розвинений грецьким філософом *Епікуром*. Вищим благом Епікур вважав стан атараксії, тобто незворушності, свободи від тілесних страждань і тривог [3, с. 65]. І під задоволенням, яке визначалося як основа щастя, він розумів відсутність страждань: “Коли ми говоримо, що задоволення є кінцевою метою, то ми маємо на увазі не задоволення розпусників, і не задоволення, що полягають у чуттєвій насолоді, ..., але ми маємо на увазі свободу від тілесних страждань і від душевних тривог” [5, т. 2, с. 597]. Тому цей філософ вчив, що гідними є лише природні й необхідні задоволення, бо вони не руйнують внутрішньої незворушності духу. Відповідно, справжнім благом проголошувалися не чуттєві задоволення тіла, а справжні й високі

насолони духу. Вимагалось, аби при виборі задоволень людина спиралася на принцип розсудливості, позаяк лише в цьому разі вона дістає справжнє задоволення. Епікур також вчив, що "...будь-яке задоволення ... є благо, але не всяке задоволення слід обирати, так само як і будь-яке страждання є злом, але не всіх страждань слід уникати" [5, т. 2, с. 597]. Пізніше вчення Епікура було значною мірою викривлене і затавроване саме як пошук тілесних задоволень, а сам термін "епікурейство" став синонімом прагнення комфортного, сповненого задоволень життя.

Таким чином, уже у поглядах філософів давнини виявлялася потенційна двоїстість практичного втілення гедоністичного підходу до життя. З одного боку, мірою того, як цей підхід стверджував самоцінність особистості, реалізацію її потреб і бажань, у ньому містяться гуманістичні риси. З іншого боку, він міг трансформуватися в сприйняття задоволення як вищої цінності й орієнтацію на припустимість будь-яких засобів для його отримання, стаючи, відповідно, можливою апологією аморалізму і всюдозволеності.

Після руйнації античного світу ідеї гедонізму були відкинуті й затавровані середньовічним християнством. У середньовічних християнських суспільствах панувала ідеологія максимального заперечення всіх форм матеріальних, фізичних задоволень. Проголошувалося, що людська плоть є гріховною за суттю, і тому бажання чуттєвих задоволень є гріховним і має придушуватися. Земне життя як таке подавалося лише випробовуванням душі, своєрідним іспитом на отримання вічного життя чи вічної загибелі в потойбіччі, а єдиним справжнім задоволенням визнавалося задоволення й радість від споглядання Божественного.

За часів Відродження ідеї гедонізму, як крайнього так і помірною, отримали новий імпульс, перетворившись на важливий теоретичний засіб гуманістичного ствердження цінності людини в усіх її життєвих проявах. Негативне сприйняття церковного втручання у світські справи переходило і на моральні складові церковного вчення, які часто відкидалися лише тому, що походили від ненависної Церкви. Для діячів французького просвітництва гедонізм також був засобом виразу духовної опозиції релігійно-догматичному світогляду.

Найпізнішою теоретичною формою гедонізму був утилітаризм Дж.Бентама і Дж.С.Міля (кінець XVIII–XIX ст.). Бентам стверджував, що добро — це насолода або щастя, а зло є стражданням. Тому один стан кращий за інший, якщо є баланс на користь насолоди, а найкращим станом є той, в якому насолода максимально перевищує страждання. Хоча водночас Бентам не був апологетом будь-яких насолод, оскільки пропагував необхідність співвіднесення інтересів особистості з інтересами суспільства за допомогою законодавчих обмежень дій індивіда. Так само і Дж.Міль, розглядаючи насолоду як єдине добро, а страждання як єдине зло, подібно до Епікура найбільше цінував помірні задоволення. Він вважав інтелектуальні радощі кращою, а помірність — головною чеснотою [6, т. 2, с. 257–264].

Загалом вочевиднюється, що основним “проповідникам” ідей гедонізму були притаманні саме його помірні варіанти — хоча насолода й задоволення проголошувалися основною метою життя, але постійно обумовлювалося, що ці насолоди і задоволення мають бути помірними і поміркованими.

Звісно, гедонізм як учення, й у помірних й у вульгарних виявах також зустрічався з критикою. Зокрема, в марксизмі доводилося, що оскільки діяльність людини має соціальний характер, цю діяльність визначають аж ніяк не насолоди і страждання. Навпаки, соціальні зв'язки людини, в рамках яких розгортається її діяльність, задають спосіб і зміст насолод. Також різні мислителі наводять приклад того, що принцип гедонізму може суперечити справжнім інтенціям суб'єкта, оскільки морально схвалюваними є багато речей, які не дають задоволення, й далеко не все, що веде до задоволення, оцінюється як моральне добро.

Можна припустити, що характер філософського осмислення гедонізму був двоїстим. З одного боку, це осмислення формувало виправдання того, що вже існувало як реальна практика, а з іншого, надавши таке виправдання, філософські концепції отримували здатність впливати на ці реальні практики, впливаючи на поведінку тих осіб, які сприймали такі концепції, переконувалися в їх правильності й доцільності.

Щодо реального втілення гедонізму як стилю життя необхідно зробити низку зауважень. По-перше, можна припустити, що це

втілення відбувалося на доволі пізніх етапах людської еволюції. Про відсутність гедоністичних складових способу життя можна говорити щодо примітивних людських спільнот доісторичного періоду. Адже ці спільноти постійно існували на межі виживання й усі їхні зусилля спрямовувалися на забезпечення харчами і боротьбу з холодом, природними катаклізмами тощо. Тобто, незважаючи на те, що, як зазначалося вище, гедоністичні прагнення є однією з базових інстинктивних рис людини, втілюватися ці прагнення в життя могли лише за умови виникнення відповідних умов. І такі умови з'явилися тоді, коли людські спільноти спромоглися виробляти суспільного продукту більше, ніж це було необхідно для простого виживання. В історії, мабуть, не було цивілізацій, які б змогли уникнути гедоністичних прагнень. Прикладом безгедоністичного суспільства певний час могла бути хіба що давньогрецька Спарта, в якій навіть тоді, коли в інших грецьких містах повною мірою домінувало розшарування суспільства, виокремлення верстви багатіїв, продовжували жити традиції повного підпорядкування життя громадян меті служіння Батьківщині, де суворо регламентувалося все життя громадян — їжа, одяг, спосіб життя, фізичне виховання, відпочинок тощо. Утім, зрештою і ця система не встояла перед прагненням розкоші і, як би зараз сказали, “красивого життя”. Тож практично в будь-якому суспільстві, яке сформувало структуровані нерівності, тією чи іншою мірою поширені гедоністичні прагнення й орієнтації.

По-друге, зазначимо, що переважну частину історії цивілізацій гедоністичний стиль життя був притаманний лише вищим, елітарним верствам населення. Із появою надлишків суспільного продукту сформувалися певні страти, які перерозподіляли на свою користь і привласнювали ці надлишки, і саме для цих страт з'явилася можливість реалізації гедоністичного способу життя, оскільки вони отримали економічні можливості вести подібний стиль життя, можливості дозволити собі витратити час і кошти непродуктивно. Переважна більшість осіб, які належали до нижчих класів, як і раніше, переймалися питаннями звичайного повсякденного виживання й усі гедоністичні вияви зводилися лише до пиятики в шинку після важкого робочого дня чи тижня. Тож можна стверджувати, що міра поширення гедонізму як практики тісно зумовлена

не лише фактом продукування надлишків продуктів і речей, а й обсягами цих надлишків і умовами їх розподілу. У давні часи міра поширення гедоністичних орієнтацій об'єктивно обмежувалася простим браком ресурсів, що могли спрямовуватися на їх утілення, і концентрацією цих ресурсів у руках обмеженого кола осіб. Сучасний світ, з його масовим виробництвом, колосальним розширенням світу речей, орієнтацією на споживацтво дає змогу орієнтуватися на життя заради задоволення значно ширшим верствам — не лише еліті, а й більш-менш заможним представникам інших класів.

По-третє, міра поширення гедонізму суттєво залежить від панівної моралі. Наприклад, на початкових етапах розвитку античних суспільств домінантною константою було служіння загальному благу, полісний патріотизм і жертвовність. На зорі становлення Давнього Риму як великої держави, або на ранніх стадіях розвитку античних міст Греції матеріальне життя обмежувалося і нормативно, і реально — характерними були закони, що суттєво обмежували розкіш, причому під розкошами тут часто розумілося те, що на погляд сучасної людини є звичайною річчю (наприклад, певні, не такі вже й дорогі, матеріали для одягу, кількість посуду тощо). Головними чеснотами вважалися відданість своїй батьківщині, своїй групі. Навіть фізичне здоров'я і вдосконалення свого тіла, перш за все, були пов'язані зі здатністю до захисту свого міста на полі битви, а не до можливості отримання від цього задоволення. У сучасному суспільстві, навпаки, всіяко пропагується орієнтація саме на задоволення своїх потреб, максимізацію комфорту. Сучасній економіці властиві не стільки задоволення людських потреб, скільки формування нових. Через рекламу, кіно, телебачення тощо людей переконують, що вони не можуть жити без тієї чи іншої речі. Прагнення максимізації комфорту стало одним із базових для сучасного урбанізованого суспільства. Відповідно, можна підсумувати, що впродовж історії людства точиться боротьба і зміна двох типів етики — етики обов'язку, й етики бажань. У першому випадку панівною є етика, яка стверджує пріоритет колективних, загальносуспільних цінностей. Від людини вимагається передусім діяти відповідно до її соціальних зобов'язань, а у випадку зіткнення інтересів спільноти і власних інтересів особи — безза-

перечно віддавати перевагу першим. У випадку ж етики бажань панівним є прагнення жити так, як хочеш, як подобається індивіду. Нині в цивілізаціях західного типу домінує саме етика бажання.

Як зазначає один із дослідників, скажімо так “людини гедоністичної”, О.Ємельянов, прагнення задоволення змінювалося разом зі зміною системи суспільних відносин, в історичній перспективі. У традиційному суспільстві вирізнялися переважно колективні задоволення — свята, релігійні ритуали. Сфера індивідуальних задоволень жорстко обмежувалася ціннісними і нормативними вимогами роду, общини, держави. Суспільство модерну викликало появу образу “економічної людини”, чий зусилля були спрямовані на раціоналізацію життєвого укладу, тоді як задоволення регламентувалися як нагорода за докладені зусилля, а не в якості блага як такого. Водночас носієм задоволення ставав уже не колектив, а окрема особа, з її індивідуальним світом. Згодом, на зламі XIX—XX століть, імперативи обов’язку, розуму, моралі, притаманні добі модерну, змінилися цінностями задоволення — комфорту, успіху тощо [див.: 7].

Для суспільства споживання О.Ємельянов називає два характерні боки, пов’язані зі сферою задоволень. З одного боку, наявна повсюдна акцентуація цінності задоволення в суспільній свідомості. Гедоністичні цінності інтенсивно репрезентуються в численних артефактах (телебаченні, рекламі, друкованій продукції), супроводжують організацію як приватних, так і публічних просторів, а з іншого — людина значною мірою підштовхується до задоволень, оскільки останні оголошуються необхідними і бажаними. Суспільство намагається приховати простір страждання, першою чергою екзистенційного страждання — незадоволення життям, нерозуміння його сенсу. Сфера задоволень багато в чому виявляється залежною від штучних потреб, надається індивідові ззовні, а не визначається його власним вибором.

По-четверте, сьогодні більшістю дослідників гедоністичні орієнтації серед населення розглядаються радше як такі, що містять загрози нормальному функціонуванню суспільства. Причому ці загрози мають як структурний, так і особистісний характер. У першому випадку крайній гедонізм звинувачують у руйнації соціальних зв’язків, вибиванні людини з кіл суспільного обміну і, відповідно,

в загрозі інтеграції суспільства. Д. Белл, протиставляючи пуританську етику гедонізму, пише: “модернізм ... підміняє цінності буржуазного життя гедонізмом, а гедонізм підриває пуританську етику, яка раніше слугувала моральним обґрунтуванням суспільства” [8, с. 76]. Російський дослідник А. Панарін також стверджує, що “гедонізм, який торжествує, — підриває всі інститути, від родини до армії й підприємств, оскільки всі вони вимагають бодай мінімальної ангажованості й відповідальності” [9].

При цьому оцінка гедоністичних орієнтацій як потенційної загрози суспільному цілому пов’язана зі збільшенням масштабів їх поширення. Коли гедонізм був панівним світоглядом невеликих верств суспільства (скажімо, французької аристократії до Великої Французької революції), його критика стосувалася переважно негативних наслідків для особистості, яка руйнується. Коли ж гедонізм перетворився на масовий світогляд, його почали розглядати як загрозу суспільству як такому.

Певне підґрунтя для таких оцінок, безперечно, є. Адже орієнтація на гедоністичний стиль життя може суттєво впливати на взаємини індивіда з іншими людьми і з суспільством загалом. Гедоніст відкидає чи обмежує у своїй свідомості етику обов’язку і тим самим значною мірою виходить з-під контролю суспільства. У крайніх формах гедонізм фактично заперечує будь-яку діяльність, пов’язану з напруженням, докладанням значних зусиль, орієнтує на розслаблення, безвольність, може сприяти поширенню таких антисоціальних явищ, як алкоголізм, наркоманія, соціальний паразитизм тощо. Відповідно, такі явища можуть вести до руйнації особистості як такої. Негативним моментом поширення і навіть пропагування гедоністичних орієнтацій є потенційний внутрішньо особистісний конфлікт унаслідок формування бажання жити за гедоністичними принципами, але неможливості реалізації цих бажань через обмеженість матеріальних чи фізичних можливостей. Крім цього, гедонізм межує з егоїзмом, ставленням до інших людей як до засобу отримання задоволення.

Разом із тим слід зазначити, що певною проблемою є саме визначення того, якою мірою гедоністичні орієнтації є припустимими, такими, що не загрожують соціальному цілому, тобто як визначити, які задоволення є припустимими, а які — ні. Поле

задоволень може бути вельми багатоманітним. Це можуть бути насолоди фізичні, тілесні, матеріальні (наприклад, сексуальні, чуттєві, задоволення від смачної їжі, задоволення від здорового розвиненого тіла), а можуть бути й духовні (задоволення від добре зробленої справи, задоволення від змоги допомогти комусь). Своєю чергою, духовні задоволення і насолоди можуть бути чисто духовними, а можуть бути пов'язаними з матеріальними речами (наприклад, добре вдягнена людина може відчувати задоволення від відчуття того, що вона гарно, красиво виглядає). Крім цього, насолоди, задоволення можуть бути пов'язаними із задоволенням потреб. Потреби можуть задовольнятися без насолоди чи з насолодою (наприклад, потреба в їжі може задовольнятися простою, несмачною їжею, а може задовольнятися якимись делікатесами, коли задоволення потреби відбувається заразом із отриманням від цього процесу насолоди). Тож виникає питання: хто і на підставі якого мірила визначатиме, які задоволення є припустимими, а які слід засуджувати і боротися з ними. В результаті оцінка припустимості/неприпустимості того чи того рівня гедонізму істотним чином визначається морально-етичними поглядами тих, хто дає цю оцінку. Суспільно-колективістськи налаштовані дослідники засуджують гедонізм як загрозу суспільству і соціальним зобов'язанням особи. Натомість ті, чиїм пріоритетом є особиста свобода, хто вважає суспільство переважно репресивною надбудовою, що придушує особистість, ставляться до "гедоністів" поблажливо.

Отже, доволі важко віднайти об'єктивне підґрунтя для такої оцінки. Адже навіть зв'язок із завданням у процесі реалізації своїх прагнень насолоди шкоди іншим людям є доволі неоднозначним, оскільки неоднозначними є можливі трактування шкоди (одні можуть вважати шкодою те, що для інших такою не є). Власне, єдиним критерієм можна визначити те, яким чином людина намагається отримувати бажані задоволення — безперечно небезпечним є прагнення отримання їх за будь-як ціну.

Таким чином, можна підсумувати, що гедоністичні орієнтації у сучасних суспільствах поширюються як з об'єктивних, так і зі штучних причин. З одного боку, можливе зростання кількості гедоністично налаштованих людей є об'єктивним наслідком зростання

можливостей для широкого кола населення до реалізації подібних орієнтацій, унаслідок збільшення того “світу речей”, який забезпечує життєвий комфорт і підвищення рівня життя. Оскільки прагнення отримання від життя задоволення внутрішньо притаманне людині, то коли виникає можливість реалізації такого способу життя, він переважно реалізується. З іншого боку, сучасний гедонізм є одним із наслідків (і невід’ємною складовою) сучасної капіталістичної економіки, яка вимагає постійного зростання рівня споживання товарів та послуг і задля цього нерідко штучно проковує й формує нові потреби споживачів.

Водночас проблемою є не сам гедонізм як такий, не прагнення задоволень (оскільки це є складовою людської природи), а міра зосередженості особи на цих задоволеннях. Ситуація, коли задоволенням віддається абсолютний пріоритет, навіть незважаючи на незадоволення інших людей, є загрозовою як для суспільства, так і для особистості. Визначальним моментом є також міра поширення крайніх гедоністичних настроїв у суспільстві. Слід наголосити, що за існування альтернативи фізичних чи духовних задоволень (насолон) для сучасних гедоністичних орієнтацій характерний акцент саме на фізичних складових, тоді як духовна, моральна складова отримання радості від життя відсувається на другий план.

При цьому об’єктивний науковий аналіз сучасного гедонізму стикається із проблемою точок відліку. Це і визначення того, де та межа, за якою гедонізм стає небезпечним для спільноти, наскільки поширеним цей світогляд має бути серед населення, аби турбуватися про майбутнє суспільства, і визначення того, які, власне, задоволення потрібно вважати припустимими, а які — ні. Адже, по-перше, навряд чи хтось засуджуватиме задоволення духовні, “моральні”, тоді як прагнення фізичних, матеріальних задоволень часто засуджується. По-друге, у світі поступово відбувається зміна цінностей і моральних оцінок (наприклад, ставлення до гомосексуалізму). Відповідно, змінюється й шкала оцінок припустимості тих чи тих фізичних задоволень.

І передовсім соціальний дослідник має визначати, наскільки гедоністичні орієнтації пов’язані зі ставленням до фундаментальних соціальних питань, таких як згуртованість суспільства, рівень особистісної свободи, готовність до поступок іншим людям, сприйняття

панівних у суспільстві норм і цінностей тощо. Надалі ми спробуємо мірою можливості подати картину поширення орієнтацій на гедоністичний стиль життя, характеристики осіб, які його приймають, і те, як такі особи сприймають загальносуспільні цінності.

***Конкретно-соціологічні дослідження
гедоністичних складових стилю життя особистості***

Отже, перейдемо до аналізу різноманітних гедоністичних елементів у стилях життя через фіксацію їх у масових вибіркових опитуваннях громадської думки. На жаль, ми не володіємо результатами цільового дослідження, метою якого було б вивчення саме рівня гедоністичності суспільства. Доступними є лише дані, що фіксують окремі складові гедоністичних орієнтацій, з опитувань, присвячених іншим темам. Саме ці дані ми використовуватимемо для визначення міри поширення гедоністичних чи негедоністичних стилів життя та впливу орієнтацій на такі стилі на загальну соціальну позицію індивіда.

Для початку подивимося, так би мовити ззовні, на те, які уявлення щодо гедоністичності превалюють у свідомості пересічних громадян України. Для цього скористаймося результатами двох опитувань громадської думки, що їх у 2006 і 2007 роках проводив Інститут соціології НАН України спільно із Центром соціальних та політичних досліджень “СОЦІС” за загальнонаціональною репрезентативною вибіркою; було опитано 1800 осіб.

В опитуванні 2006 року респондентам пропонували визначити міру своєї згоди чи незгоди із твердженням, що в нашій країні люди зосереджуються переважно на отриманні від життя задоволення. В оцінюванні подібної тези респонденти розділилися майже порівну — ту чи іншу міру згоди (повну або часткову) із твердженням, що сьогодні люди зосереджуються головним чином на отриманні від життя задоволення, а не на самовдосконаленні і саморозвитку, висловила *відносна* більшість (42,6%), тоді як майже третина (32,1%) не визначилися, а 25,3% не погодилися з цим (див. рис. 9.1). Водночас частка повністю згодних із подібним твердженням є невеликою (менше 10%). Тобто можна припустити, що у громадській думці відсутні уявлення про те, що гедоністичні орієнтації є надзвичайно поширеними.

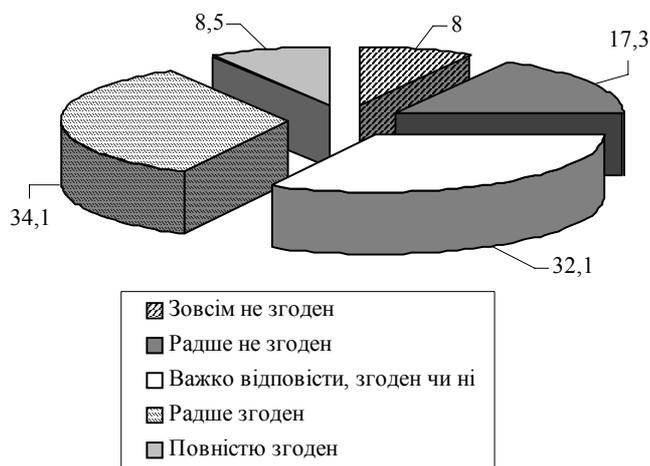


Рис. 9.1. Міра згоди громадян України з тим, що сьогодні люди зосереджуються головним чином на отриманні від життя задоволення, а не на саморозвитку і самовдосконаленні, 2006, $N = 1799$, %

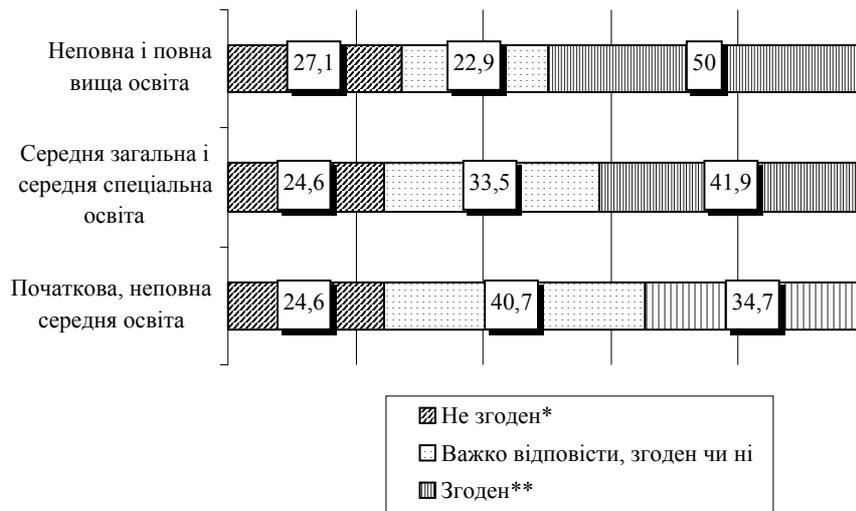
При цьому подібні уявлення практично не відрізняються в різних вікових категоріях — у розподілах відповідей респондентів різних вікових категорій не фіксується статистично значимих відмінностей, і в усіх вікових категоріях як більш чи менш гедоністичне своє суспільство визначали близько 40%.

Так само відсутні відмінності у поглядах на це питання між чоловіками і жінками — і серед перших, і серед других погоджувалися з відповідною постановкою питання близько 42%, не погоджувалися близько 25%, близько 32% не змогли визначитися.

Немає значних відмінностей і в оцінках, наданих респондентами, які проживають в різних регіонах нашої країни. Хіба що можна відмітити представників південного регіону, серед яких найбільшою є частка не згодних із домінуванням у суспільстві орієнтацій на задоволення, і найменшою — згодних із наявністю такого стану. Серед представників інших регіонів відмінностей практично немає.

Водночас наявні певні відмінності між респондентами із різним рівнем освіти. Зокрема, фіксується закономірність, коли мірою зростання рівня освіти збільшується частка тих, хто погоджується

із домінуванням в нашому суспільстві орієнтацій на задоволення, тоді як частка тих, хто не зміг відповісти, навпаки, збільшується мірою зменшення рівня освіти (див. рис. 9.2).



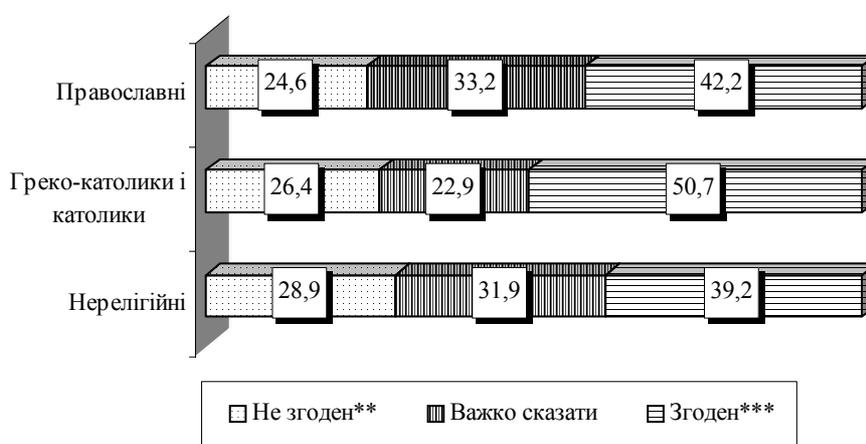
*Об'єднані частки тих, хто відповів "Зовсім не згоден" і "Радше не згоден".

** Об'єднані частки тих, хто відповів "Радше згоден" і "Цілком згоден".

Рис. 9.2. Міра згоди громадян України з тим, що сьогодні люди зосереджуються головним чином на отриманні від життя задоволення, а не на саморозвитку і самовдосконаленні, залежно від рівня освіти, 2006, $N = 1799$, %

Такий стан може зумовлюватися принаймні двома основними причинами. По-перше, люди із вищим рівнем освіти мають ширший кругозір, активніше працюють з різноманітною інформацією, тому можуть бути поінформованішими з цього питання. Проте, з іншого боку, той самий доступ до різноманітної інформації може сприяти формуванню хибних уявлень, ґрунтованих на великій кількості публікацій, де стверджується домінування в суспільстві гедоністичних орієнтацій. А от особи, менш включені до інформаційного простору, формують свої уявлення лише на підставі власного досвіду, безпосереднього спілкування з оточенням.

Деякі відмінності у розподілах відповідей на це запитання існують між релігійними та нерелігійними громадянами, а також між віруючими основних конфесій. Зокрема, найбільша частка тих, хто вважає, що люди сьогодні зосереджуються переважно на отриманні задоволення, серед віруючих католицького віросповідання (греко-католиків і католиків) — серед останніх погодилися з таким фактом 50,7%. А от оцінки тих, хто ідентифікував себе як православних і як нерелігійних, майже не відрізняються (див. рис. 9.3).



*Порівняння проведене лише між православними і греко-католиками—католиками, оскільки інші конфесії представлені мізерною кількістю відповідей. Статистично значимі відмінності за кількістю згодних із твердженням є лише між греко-католиками—католиками і нерелігійними.

**Об'єднані частки тих, хто відповів “Зовсім не згоден” і “Радше не згоден”.

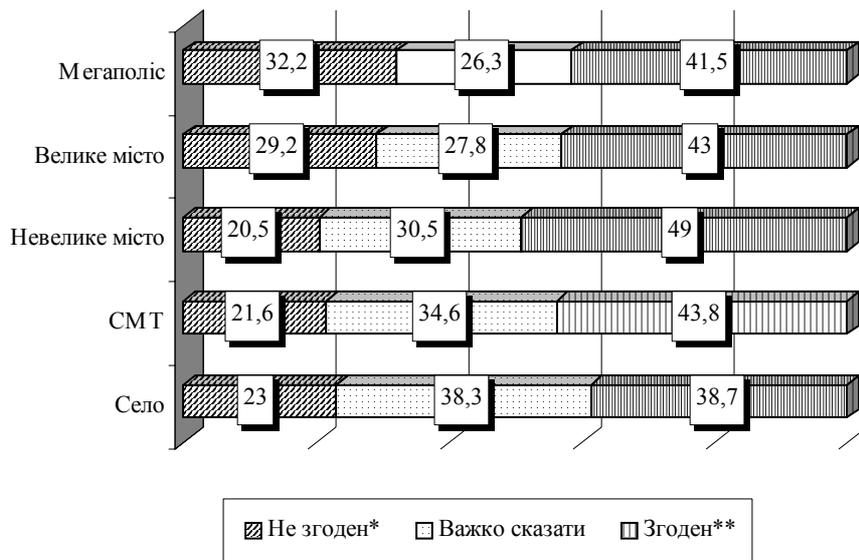
***Об'єднані частки тих, хто відповів “Радше згоден” і “Цілком згоден”.

Рис. 9.3. Міра згоди громадян України з тим, що сьогодні люди зосереджуються головним чином на отриманні від життя задоволення, а не на саморозвитку і самовдосконаленні, залежно від сповідуваної релігії, 2006, $N = 1799$, %*

Отже, можна припустити, що віруючі католицького сповідання критичніші до стилю життя, ґрунтованого на отриманні задоволень. Хоча поясненням цього може бути й те, що серед прихильників

католицького обряду зорієнтованих на гедоністичний стиль життя справді більше, ніж серед православних, і відповідно католики в своїх оцінках лише фіксували реальний стан. Це ми спробуємо з'ясувати, коли розглядатимемо наявність конкретних елементів гедоністичного стилю життя у поведінці респондентів.

Помітні певні відмінності й між мешканцями населених пунктів різного типу (див. рис. 9.4). Зокрема, серед сільського населення найбільше невизначених, тоді як найбільше тих, хто погоджувався із домінацією в суспільній свідомості орієнтації на задоволення, було серед мешканців невеликих міст (із населенням до 100 тис. осіб), а найбільша частка не згодних з цією тезою — серед мешканців великих міст (із населенням від 100 тис. до 1 млн осіб) і мегаполісів (із населенням понад 1 млн осіб).



*Об'єднані частки тих, хто відповів "Зовсім не згоден" і "Радше не згоден".

** Об'єднані частки тих, хто відповів "Радше згоден" і "Цілком згоден".

Рис 9.4. Міра згоди громадян України з тим, що сьогодні люди зосереджуються головним чином на отриманні від життя задоволення, а не на саморозвитку і самовдосконаленні, залежно від типу населеного пункту, 2006, $N = 1799$, %

Викладене можна підсумувати так: у 2006 році в суспільній свідомості були відсутні уявлення про орієнтації на отримання від життя переважно задоволення (тобто гедоністичні орієнтації) як про масово поширені в нашому суспільстві. Більша частина людей або не погоджувалася із пануванням таких орієнтацій, або не визначилася з цього питання (такі і серед населення загалом, і серед більшості категорій населення становили 50-60%), тоді як твердо переконаних у такому стані було лише 8,5%. Така оцінка в громадській думці фіксувалася незалежно від вікової й статевої належності; мала невеликі коливання залежно від місця проживання особи (регіон, місто—село) і помітні — залежно від релігійного сповідання і рівня освіти. Більш упевненими в домінуванні в суспільстві гедоністичних орієнтацій були греко-католики—католики та особи з вищою або неповною вищою освітою.

В опитуванні 2007 року також була спроба визначити міру поширення гедоністичних орієнтацій в суспільстві, але трохи в іншому й ширшому плані. По-перше, запитання щодо поширеності гедонізму в суспільстві було модифіковане — респондентам пропонували визначити, якою мірою, на їхню думку, життя людини визначається прагненнями різноманітних матеріальних і чуттєвих задовольень (з варіацією відповідей від “майже зовсім не визначається” до “визначається практично повністю”). По-друге, цього разу респонденти мали оцінити під таким кутом зору не лише інших, а й себе самих.

У результаті, оцінюючи інших людей, високу або дуже високу міру впливу на них орієнтацій на задоволення (варіанти відповідей “визначається практично повністю” або “визначається значною мірою”) обрали 39,0%, а максимальну міру такого впливу (“визначається практично повністю”) побачили лише 10,4% опитаних. 28,7% відзначили, що такий вплив є або незначним, або практично відсутнім, 32,3% не змогли визначитися.

Загальний розподіл відповідей на це запитання, але вже стосовно самих себе (самооцінки респондентів), не дуже відрізняється від розподілу оцінок щодо інших людей (див. табл. 9.1). Зокрема, частка опитаних, які визнали, що прагнення матеріальних і чуттєвих задовольень або повністю, або значною мірою визначає їхнє життя, становила 36,1% (тобто практично не відрізняється від відповідної

частки, зафіксованої для аналогічних відповідей щодо інших людей), а частка тих, хто не визнавав такої залежності — 36,7% (що є більшим, ніж коли аналогічні відповіді стосувалися інших, імовірно, за рахунок частки тих, хто не зміг відповісти).

Таблиця 9.1

Розподіл відповідей респондентів на запитання щодо впливу на власне життя і життя інших прагнень матеріальних і чуттєвих задовольень, 2007, %

<i>Міра впливу</i>	<i>Якою мірою життя наших людей визначається прагненням різноманітних матеріальних і чуттєвих задовольень? N=1796</i>	<i>Якою мірою Ваше власне життя визначається прагненням різноманітних матеріальних і чуттєвих задовольень? N=1798</i>
Майже не визначається такими прагненнями	9,7	13,4
Визначається незначною мірою	19,0	23,3
Визначається значною мірою	28,6	27,6
Визначається практично повністю	10,4	8,5
Важко відповісти	32,3	27,2

Отже, як і в опитуванні 2006 року, в громадській думці не фіксується визнання *занадто великого* впливу на життя людей гедоністичних орієнтацій. З усього масиву опитаних і стосовно себе, і стосовно інших визначальний вплив гедоністичних орієнтацій побачили близько 8–10%.

Однак можна відмітити таке: якщо розглядати лише тих осіб, які змогли відповісти на вказані запитання, то при оцінюванні інших людей трохи переважатиме визнання певної міри значущості прагнень отримання задовольень для формування їхнього життя. Відкинувши тих, хто в запропонованих запитаннях не зміг визначитися, можемо розглядати наявну шкалу відповідей як бальну (від 1 до 4, де 1 означатиме найменшу міру впливу прагнень задоволен-

ня, а 4 — найбільшу міру). Відповідно з'являється можливість обчислити середній бал для всього масиву опитаних, коли середні бали, менші за 2,5, означатимуть переважання визнання відсутності або слабкості впливу прагнень задоволень, а середні бали, більші за 2,5, означатимуть перевагу відповідей, що фіксують значний чи домінуючий вплив таких прагнень (середній бал 2,5 означатиме, що відповіді розподілилися порівну). За такого підходу середній бал для оцінки інших дорівнюватиме 2,6, а для самооцінок — 2,4. Тобто при оцінюванні інших шальки терезів громадської думки трохи схилилися в бік визнання значущості впливу на життя прагнень задоволень, тоді як при оцінюванні самих себе трохи переважали оцінки меншої міри такого впливу.

Цікавим є зіставлення цих відповідей — якою мірою самооцінки співвідносяться з оцінками інших. І тут показники виявилися достатньо близькими. Коефіцієнт кореляції Крамера для двовимірного розподілу цих ознак дорівнює 0,47 (загалом він може набувати значення від 0 до 1, коли 0 — повна відсутність зв'язку, 1 — повний зв'язок). Відповідно, у більшості випадків самооцінки збігалися, або були близькими до оцінок інших людей. Зокрема, з-поміж тих, хто визнав, що прагнення задоволень повністю визначає їхнє життя, 42,5% таку саму характеристику приписали іншим людям, а ще 41,2% зазначили, що життя інших людей значною мірою зумовлене такими прагненнями. Так само з тих респондентів, які вказали, що їхнє життя майже не визначається прагненнями задоволень, 61,9% вважають, що й життя інших людей або повністю не визначається такими прагненнями, або визначається незначною мірою. Переважна більшість (86,5%) тих, хто не зміг відповісти на запитання стосовно себе, не відповіли і на запитання стосовно інших (див. табл. 9.2).

Тепер з'ясуємо, чи є відмінності в уявленнях різних груп респондентів. Спершу розглянемо відповіді респондентів щодо міри впливу прагнень отримання матеріальних і чуттєвих задоволень на життя інших людей. Деякі відмінності тут фіксуються, але не дуже значні.

Зокрема, якщо розглядати масив опитаних, то серед чоловіків трохи більшою є частка тих, хто висловив переконання, що життя наших співвітчизників практично повністю визначається прагненнями задоволень (12,3%, проти 8,7% серед жінок — відмінність

Таблиця 9.2

Розподіл оцінок, наданих респондентами рівню впливу прагнень задоволень на життя інших людей залежно від самооцінки цього впливу, 2007, N = 1796, %

<i>Вплив на інших</i> <i>Вплив на себе</i>	<i>Майже не визначається такими прагненнями</i>	<i>Визначається незначною мірою</i>	<i>Визначається значною мірою</i>	<i>Визначається практично повністю</i>	<i>Важко відповісти</i>
Майже не визначається такими прагненнями	40,7	21,2	15,3	4,1	18,7
Визначається незначною мірою	8,6	42,0	27,4	6,7	15,3
Визначається значною мірою	3,6	16,2	55,7	16,0	8,5
Визначається практично повністю	3,3	7,8	41,2	42,5	5,2
Важко відповісти	3,5	4,5	4,7	0,8	86,5

є значимою на рівні 0,05), тоді як серед жінок значимо більшою була частка невизначених (35,6% проти 28,4% серед чоловіків). Якщо вирізнити лише тих респондентів, які відповіли на це запитання, то відмінностей між чоловіками та жінками вже не фіксуватиметься.

Є й вікові відмінності, хоча помітні вони лише між найстаршою (понад 54 роки) і молодшими (30–54 і 18–29 років) віковими категоріями. Тут серед молодих респондентів і респондентів середнього віку трохи частіше трапляються оцінки, які вказують на значну роль гедонізму в житті сучасних людей, тоді як серед найстаршої вікової категорії більшою є частка невизначених. А от між наймолодшими респондентами і респондентами середнього віку відмінностей не помітно. І такий стан зберігається незалежно від того, чи розглядаються всі опитані в дослідженні, чи лише ті, хто визначився з цього запитання.

Зважаючи на меншу, так би мовити, критичність і більшу невизначеність представників найстаршої вікової категорії, ми при-

пустили, що в разі відмічених вище відмінностей між чоловіками і жінками за масивом загалом значимим є не параметр статі, а параметр віку, адже відомо, що серед старших вікових категорій жінки кількісно переважають чоловіків. Для перевірки цього ми виключили з аналізу усіх осіб старше за 54 роки, і в результаті зафіксовані вище відмінності між частками тих чоловіків і жінок, хто вважав, що життя співвітчизників повністю визначається прагненнями задоволень, зникли, хоча й зберігся стан, коли серед жінок більшою є частка невизначених.

Значимим для уявлень респондентів щодо впливу на життя прагнень задоволень видається також параметр освіти. Загалом за масивом найбільшими частки тих, хто приписав нашим людям найвищу, або високу міру такого впливу, є серед осіб із вищою чи неповною вищою освітою, тоді як серед менш освічених респондентів ці частки менші. Можна було б запропонувати пояснення, що тут на позицію людини насправді впливає не рівень освіти, а вік, бо загалом параметр освіти пов'язаний із параметром віку (серед молодших вікових категорій більшою є частка високоосвічених осіб і навпаки, серед старшої вікової категорії рівень освіченості менший). Проте навіть якщо розглянути кожну вікову категорію окремо, то в кожній із них більш освічені особи частіше бачили значний вплив гедоністичних орієнтацій на життя наших громадян.

Тепер поглянемо, чи є відмінності між наданими різними категоріями респондентів оцінками значення прагнень задоволень для власного життя. Значимих відмінностей між чоловіками і жінками тут не спостерігається — якщо серед перших 9,2% вважають, що їхнє життя майже повністю визначається такими орієнтаціями, то серед жінок таких 7,9% (відмінності незначимі на рівні 0,05). Так само незначимими є відмінності за іншими рівнями впливу. Якщо ж об'єднати ці рівні в ширші групи (об'єднавши в одну групу варіанти відповідей “Майже не визначається такими прагненнями” і “Визначається незначною мірою”, а в другу — варіанти “Визначається значною мірою” і “Визначається практично повністю”), то частка тих, для кого є значимими орієнтації на задоволення, виявиться трохи більшою серед чоловіків: 39,0% проти 33,7% серед жінок.

Як можна було очікувати, більш значущим вплив орієнтацій на задоволення виявився серед наймолодших респондентів — 15,5% осіб віком 18–29 років зазначили, що прагнення отримання матеріальних і чуттєвих задовольень визначає їхнє життя практично повністю, тоді як серед осіб віком 30–54 роки таких 7,9%, а серед найстарших респондентів — 4,5%. Аналогічні відмінності фіксуються і стосовно інших варіантів відповідей — частка молоді, яка не визнавала впливу на себе прагнень задовольень, є меншою, ніж такі ж частки серед старших вікових груп, а частка молодих людей, які визнавали значущість такого впливу, є більшою, ніж серед інших вікових груп (див. табл. 9.3). Серед найстарших респондентів (понад 54 роки) найбільша частка невизначених.

Таблиця 9.3

Вікові відмінності в самооцінках впливу прагнень матеріальних і чуттєвих задовольень на своє життя, 2007, N = 1798, %

Вікові групи	Варіанти відповідей				
	Майже не визнається такими прагненнями	Визначається незначною мірою	Визначається значною мірою	Визначається практично повністю	Важко відповісти
18–29 років	9,5	19,6	36,6	15,5	18,8
30–54 років	10,8	25,4	30,9	7,9	25,0
55 років і більше	19,7	23,0	16,8	4,5	36,0

На загальному масиві помітні невеликі відмінності залежно від рівня освіти респондентів — частка тих, хто вважає, що прагнення задовольень практично повністю визначають їхнє життя, є більшою серед осіб із повною і неповною вищою освітою, проте ці відмінності зникають, якщо порівняти ці оцінки не лише за рівнем освіти, а й за віком. Тож можна стверджувати, що фіксовані на загальному масиві відмінності детермінуються не власне освітою, а віком респондентів.

Деякі відмінності спостерігаються залежно від типу населеного пункту, зокрема від проживання в місті чи в селі. Серед сільських

респондентів частка тих, хто вказав на дуже сильний або значний вплив на своє життя прагнення задоволень (30,3%) є значимо (на рівні 0,01) меншою, ніж серед мешканців міст (38,8%), а частка невизначених є більшою. Водночас така перевага городян формується за рахунок тих, хто обрав відповідь “визначається значною мірою”, тоді як частки тих, хто обрав відповідь “визначається майже повністю”, серед городян і селян є однаковими. Також однаковими серед городян і селян є частки тих, хто вважав, що такі прагнення або взагалі не визначають їхнього життя або визначають незначною мірою (див. табл. 9.4).

Таблиця 9.4

Самооцінки впливу прагнень матеріальних і чуттєвих задоволень на своє життя селян і мешканців міст, 2007, N = 1797, %

Тип населеного пункту	Варіанти відповідей				
	Майже не визначається такими прагненнями	Визначається незначною мірою	Визначається значною мірою	Визначається практично повністю	Важко відповісти
Місто	13,3	23,1	30,1	8,7	24,8
Село	13,6	23,9	22,3	8,0	32,2

Хоча можна зазначити, що такі відмінності фіксуються лише для вікової групи 18–29 років, тоді як у вікових групах 30–54 роки і понад 54 роки таких відмінностей не помічено. Тобто міська молодь трохи більше зорієнтована на задоволення порівняно із сільською, тоді як у старших вікових групах такі орієнтації перебувають на одному рівні як у містах, так і в селах. Відмінностей між мешканцями міст різного розміру не фіксується.

Розподіли відповідей на це запитання статистично не відрізняються, якщо зважати на релігійні переконання респондентів — їх наявність чи відсутність і прихильність до конкретного віросповідання. Якщо порівнювати респондентів за принципом релігійний-нерелігійний (об’єднавши в першій групі тих, хто в опитуванні визначив себе як релігійного без належності до конкретної релігії, релігійного і прихильника певної церкви, і глибоко релігійного,

а в другій — тих, хто назвав себе атеїстом чи байдужим до релігії), то значимі відмінності не фіксуються взагалі. Якщо вдатися до дрібнішого поділу, виокремивши атеїстів, байдужих до релігії, просто релігійних і глибоко релігійних, тоді помітною стає менша частка тих, хто визнав дуже значний чи значний вплив прагнень задоволення на своє життя серед категорії “глибоко релігійних”, проте найімовірніше це пояснюється віком, оскільки серед “глибоко релігійних” переважають люди похилого віку (близько половини), котрі, як зазначалося, виявили себе менш схильними до орієнтації на задоволення. І так само у цьому запитанні немає значимих відмінностей між представниками основних релігійних конфесій України — православними і греко-католиками.

Якщо підсумувати результати, отримані в опитуванні 2007 року, то загалом можна повторити висновки стосовно опитування 2006 року. Наші співгромадяни ані стосовно себе, ані стосовно інших не бачать великого поширення крайньої форми гедонізму, коли прагнення задоволення майже повністю визначає формування і способу, і стилю життя людини. За результатами опитування можна припустити, що частка таких “гедоністів-максималістів” менша 10%. Водночас у помірному або незначному обсязі гедонізм присутній в житті більшості наших співвітчизників (близько 60%). Причому на рівень гедонізму переважно впливає параметр віку (цей рівень є більшим серед наймолодших верств населення — віком до 30 років), а також, деякою мірою, факт проживання в міських поселеннях. Разом із тим рівень крайнього гедонізму, що фіксується серед молоді (близько 15%), навряд чи можна вважати критичним і небезпечним для суспільства.

Тепер ми спробуємо вже безпосередньо поглянути на міру поширення окремих елементів гедоністичних стилів життя серед нашого населення. Для цього скористаймося результатами другої і третьої хвиль Європейського соціального дослідження (European Social Survey, <http://europeansocialsurvey.org>)*. Друга хвиля цього дослідження проводилася протягом 2004–2005 років у 26 країнах Європи, зокрема і в Україні; третя хвиля — у 2006–2007 роках у

* Надалі для позначення цього дослідження ми будемо застосовувати аббревіатуру — ЄСД.

25 країнах Європи. В нашій країні другу хвилю опитування проводили у 2005 році (загальнонаціональна репрезентативна вибірка становила 2031 особу), третю хвилю — наприкінці 2006 — на початку 2007 років (загальнонаціональна репрезентативна вибірка — 2002 особи). Основними для нас слугуватимуть дані третьої хвилі, які ми порівнюватимемо з даними другої хвилі.

В Європейському соціальному дослідженні ставили кілька прямих запитань, відповідаючи на які, респонденти мали визначити, якою мірою вони ідентифікують себе з різними типами поведінки й орієнтацій, зокрема з тими, що пов'язані з гедоністичними орієнтаціями. Респондентам пропонували визначити, якою мірою вони є схожими на людей: 1) для яких важливо бути багатими, мати багато грошей і дорогих речей; 2) для яких важливо добре проводити час, подобається тішити себе; 3) які шукають будь-яку можливість повеселитися і для яких важливо робити те, що дає задоволення. Ці запитання розглядалися саме як такі, що фіксують рівень гедоністичності. І це цілком справедливо. Веселощі, задоволення, добре дозвілля, безперечно, є сутнісними характеристиками гедоністичного стилю життя. Певні сумніви можна було б висловити стосовно такого індикатора, як багатство, оскільки можливі варіанти, коли на багатство орієнтуються як на самоціль, а не як на спосіб задоволення гедоністичних бажань; так би мовити аскетичне ставлення до багатства, про яке, розглядаючи протестантську етику, писав М.Вебер. Проте в наведеному формулюванні запитання респондента орієнтують саме на гедоністичне багатство, бо увага зосереджується на витрачанні такого багатства задля чогось приємного (отримання дорогих речей). Отже, тут ідеться саме про орієнтацію на багатство як засіб для отримання задоволень.

За результатами третьої хвилі ЄСД за всіма переліченими позиціями лише близько третини опитаних не впізнали себе в представлених образах. Зокрема, 31,6% не погодилися, що вони схожі на людей, для яких важливо бути багатим, мати багато грошей і дорогих речей. Не погодилися із тим, що вони схожі на людей, яким важливо добре проводити час, тішити себе 30,7%, а з тим, що вони схожі на людей, які постійно шукають можливості для веселощів, — 40,0%. І так само трохи більше третини опитаних цілком або радше погодилися, що такі характеристики їм притаманні (див табл. 9.5).

Таблиця 9.5

Розподіл відповідей українських респондентів на запитання: “Якою мірою кожен із цих людей схожий або не схожий на вас?”, 2006–2007, %

Характеристики людини	Міра схожості/несхожості			
	Схожа*	Трохи схожа	Не схожа**	Важко відповісти
Для неї важливо бути багатю. Вона хоче мати багато грошей і дорогі речі (N = 2021)	43,8	20,2	31,6	4,4
Для неї важливо добре проводити час. Їй подобається себе тішити (N = 2017)	42,0	20,6	30,7	6,7
Вона шукає будь-яку можливість повеселитися. Для неї важливо робити те, що дає їй задоволення (N = 2016)	35,2	19,9	40,0	4,9

* Об’єднані частки тих, хто відповів “Дуже схожа на мене”, “Схожа на мене”, “Досить схожа на мене”.

** Об’єднані частки тих, хто відповів “Не схожа на мене”, “Зовсім не схожа на мене”.

Зазначимо принагідно, що тих, хто висловив максимальну міру згоди зі своєю подібністю до перелічених типів людей (обрав варіант відповіді “Дуже схожа”), досить небагато — менше 10% (7,5% — стосовно бажання багатства, 8,1% — стосовно гарного проведення часу, 7,1% — стосовно можливості повеселитися).

Тепер ми докладно розглянемо, які відмінності за вказаними орієнтаціями є між різними соціодемографічними групами, а також між представниками різних європейських країн, аби з’ясувати, яке місце за відповідними цінностями й орієнтаціями посідає в Європі Україна, до яких країн вона наближається, а з якими має відмінності. Для таких порівнянь ми скористалися показником середнього. Адже варіанти відповідей на запитання, де фіксувалися наявність чи відсутність окремих елементів гедоністичного стилю життя, можна ранжувати, приписавши відповіді з найменшою самоідентифікацією “Зовсім не схожа на мене” ранг 1, а відповіді з найбільшою самоідентифікацією “Дуже схожа на мене” — ранг 6 (відповідно інші відповіді матимуть ранги 2 — “Не схожа на мене”, 3 — “Трохи схожа на мене”, 4 — “Досить схожа на мене”, 5 — “Схожа

на мене”). Маючи таке ранжування, загалом по масиву можна визначати середній бал, і на основі цього середнього бала проводити порівняння різних груп респондентів. Тобто чим більшим буде цей середній бал (у межах від 1 до 6), тим поширенішою є орієнтація на той чи інший елемент гедоністичного стилю життя, а чим менший середній бал — тим менш поширені подібні орієнтації. Тож використовуючи такі середні бали, спробуємо з’ясувати, які відмінності є у відповідних орієнтаціях серед різних груп населення.

Почнемо з відповідей на запитання, в якому фіксувалися гедоністичні орієнтації на багатство. Загалом отримані дані свідчать, що Україна за показником важливості для респондентів багатства є однією із країн-лідерів у Європі (див. табл. 9.6). Зокрема, у третій хвилі ЄСД найвищі прагнення за даним показником продемонстрували росіяни (середній бал 3,74), та словаки (середній бал 3,5). Для нашої країни середній бал становив 3,4, тобто Україна опинилася у трійці лідерів. Водночас загалом показники орієнтацій на багатство як в Україні, так і в більшості інших країн можна оцінити як не дуже високі — адже середні бали в усіх країнах менше 4, тоді як максимальним балом є 6. Тобто стосовно України можна сказати, що більшість опитаних (54,2%) обрали відповіді “Трохи схожа на мене”, “Не схожа на мене” або “Зовсім не схожа на мене”, тоді як середню або високу міру схожості побачили 45,8%.

Таблиця 9.6

Визначення мешканцями європейських країн важливості для себе особисто багатства, наявності великих грошей і дорогих речей, 2006–2007

Країна	Середній бал	Країна	Середній бал
Росія	3,7	Португалія	2,8
Словаччина	3,5	Бельгія	2,8
Україна	3,4	Нідерланди	2,8
Кіпр	3,2	Велика Британія	2,7
Австрія	3,2	Словенія	2,7
Польща	3,1	Данія	2,7
Угорщина	3,1	Швеція	2,7
Естонія	3,1	Швейцарія	2,6
Болгарія	3,0	Фінляндія	2,5
Ірландія	3,0	Норвегія	2,5
Німеччина	2,9	Франція	2,2
Іспанія	2,8		

Також можна відмітити, що порівняно із другою хвилиною середній бал за даним показником серед українських респондентів трохи збільшився (у другій хвилі він дорівнював 3,31), тобто дещо зросла частка осіб, які схильються до високої міри орієнтації на багатство і гарні речі. Втім робити тут далекосяжні висновки про наявність певної тенденції зарано, бо для цього двох замірів недостатньо.

Як і слід було очікувати, у відповідях на вказане запитання в обох хвилях дослідження фіксуються статистично значимі відмінності між респондентами різних вікових категорій: у третій хвилі серед громадян України найвищим показником прагнення багатства є серед респондентів віком 16–29 (тут середній бал 3,9), тоді як найменшим (2,96 бали) він є серед вікової категорії понад 54 роки (див. рис. 9.5). Статистично значимі на рівні 0,05 відмінності є між всіма віковими категоріями (тобто кожна вікова категорія має значимі відмінності від усіх інших). Подібні вікові відмінності фіксуються й за результатами другої хвилі дослідження.

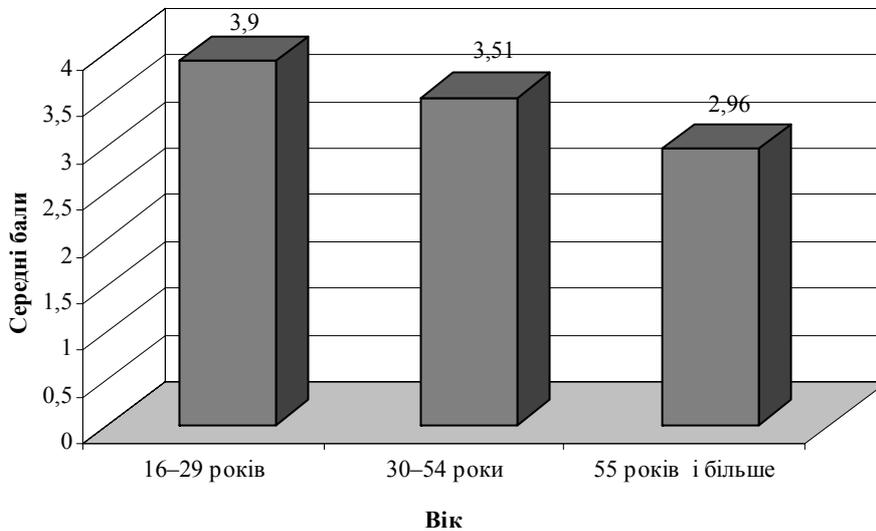


Рис. 9.5. Визначення серед різних вікових категорій населення України важливості для себе особисто багатства, наявності великих грошей і дорогих речей, 2006–2007, N = 1911

До речі, тут ми маємо справу із загальноєвропейською тенденцією: стан, коли мірою зменшення віку респондентів збільшується частка тих, для кого багатство, гроші і гарні речі є важливими, фіксується в усіх країнах, де проводилося опитування, що демонструє *табл. 9.7*.

Таблиця 9.7
Визначення мешканцями європейських країн різних вікових категорій важливості для себе особисто багатства, наявності великих грошей і дорогих речей, 2006–2007, середні бали

Країни	Вікові групи		
	16–29 років	30–54 роки	55 років і більше
Австрія	3,71	3,04	2,91
Бельгія	3,22	2,78	2,48
Болгарія	3,91	3,05	2,56
Швейцарія	2,87	2,55	2,39
Кіпр	3,74	3,27	2,71
Німеччина	3,38	2,89	2,56
Данія	3,33	2,66	2,47
Естонія	3,60	3,13	2,67
Іспанія	3,14	2,82	2,52
Фінляндія	3,12	2,59	2,21
Франція	2,63	2,05	2,01
Велика Британія	3,43	2,65	2,41
Угорщина	3,58	3,24	2,68
Ірландія	3,45	2,91	2,52
Нідерланди	3,30	2,78	2,51
Норвегія	3,04	2,50	2,18
Польща	3,43	3,13	2,83
Португалія	3,14	2,87	2,54
Росія	4,36	3,84	2,91
Швеція	3,07	2,78	2,29
Словенія	3,08	2,70	2,39
Словаччина	3,91	3,57	3,04
Україна	3,90	3,51	2,96

І можна припустити, що цей факт є спростуванням ще одного, крім більшої меркантильності і гедонізованості сучасної молоді, пояснення отриманим даним стосовно України. Зокрема, можна було б висунути гіпотезу, що річ не лише в більшій зорієнтованості молоді на багатство, а й у тому, що для старшого покоління, яке виховувалося на інших цінностях, вербалізувати своє бажання багатства не заведено. Проте коли ми маємо однакову картину для різних країн, зокрема й тих, які давно живуть за капіталістичної економічної системи і капіталістичної системи цінностей, тож навряд чи можна стверджувати, що мешканці, скажімо, Франції або Німеччини схильні приховувати свої орієнтації на багатство, то залишається лише констатувати, що сучасна молодь є більш зорієнтованою на таку цінність. Відповідно, можна висловити гіпотезу, що причина такого стану полягає саме у більшому життєвому досвіді старших вікових категорій. Чим довше людина живе на світі, тим глибшим стає розуміння того, що є багато речей, важливіших за гроші. І якщо пристати на таке припущення, логічно можна вивести іншу гіпотезу: мірою того, як нинішні молоді люди дорослішатимуть, серед них зменшуватиметься частка тих, для кого багатство буде дуже значущою цінністю.

Порівняння самооцінок респондентів із різних країн показує, що серед української молоді орієнтація на багатство є однією з найбільших — у третій хвилі ЄСД середній бал за цим показником серед молодих українських громадян, разом із молоддю Росії, Болгарії й Словаччини, є найбільшим, тоді як найменшим цей середній бал є серед молоді Франції та Швейцарії. І те саме можна помітити стосовно середньої вікової категорії (30–54 роки) — порівняно з іншими європейськими країнами найбільшу орієнтацію на багатство в середній віковій категорії демонструють росіяни, словаки й українці, тоді як найменшу — французи, норвежці та швейцарці. У найстаршій віковій категорії за орієнтацією на багатство лідирують Словаччина та Україна.

Невеликі, але статистично значимі відмінності за цими позиціями є також між чоловіками і жінками. Зокрема, у третій хвилі ЄСД серед українських респондентів чоловіки продемонстрували дещо вищий рівень орієнтацій на багатство, ніж жінки (середній бал серед чоловіків — 3,5 проти 3,29 серед жінок; значимість відмінностей на рівні 0,01). Водночас необхідно зазначити, що

значимі відмінності у рівні сприйняття цінності багатства між чоловіками і жінками фіксуються лише для найстаршої вікової групи, тоді як серед наймолодших чоловіків і жінок, і чоловіків та жінок середньої вікової групи значимих відмінностей немає.

І знову ж таки, як і в разі з віковими категоріями, тенденція переважання орієнтації на багатство дещо помітніша серед чоловіків абсолютно в усіх досліджених європейських країнах. Враховуючи це, маємо підстави для гіпотези, згідно з якою чоловіки в середньому трохи більшою мірою гедоністично зорієнтовані, ніж жінки.

Також у рівні орієнтації на багатство помітні відмінності між респондентами з різним рівнем освіти. Значимі відмінності (на рівні 0,05), є між особами із початковою освітою і особами із середньою спеціальною та неповною/повною вищою освітою (серед перших середній бал становив 3,07, а серед других — 3,49 і 3,58 відповідно). Також респонденти з неповною/повною середньою освітою дещо відрізняються від осіб із повною і неповною вищою освітою. Проте ці відмінності, на нашу думку, пов'язані не так власне з освітою, як із віком респондентів. Адже групу осіб із початковою освітою майже повністю становлять люди похилого віку, а серед них, як уже зазначалося, рівень орієнтації на багатство менший, ніж серед молодших респондентів. І так само переважна більшість (74,0%) осіб із середньою освітою належить до середньої й старшої вікової категорій.

Використовуючи дані другої хвилі ЄСД можна зафіксувати збільшення середнього бала орієнтації на багатство залежно від рівня доходів*. Для аналізу ми розділили масив респондентів другої хвилі дослідження на три категорії за доходами — до 500 грн на місяць, від 501 до 1000 грн на місяць, і більше 1 тис. грн на місяць. Середній бал рівня орієнтації на доходи загалом за масивом виявився найменшим серед осіб із найнижчим рівнем доходів, більшим — серед осіб із середнім рівнем доходів, і найбільшим — серед осіб із найбільшим рівнем доходів. Проте ми вирішили перевірити гіпотезу, що визначальним тут може бути не сам рівень доходів, а вік респондентів, оскільки в масиві даних фіксувалася залежність між віком і доходами. У результаті така гіпотеза підтвер-

* Тут ми змушені скористатися даними другої хвилі, оскільки в даних третьої хвилі відсутні абсолютні (грошові) одиниці вимірювання.

дилася — коли відмінності в рівні орієнтації на багатство було розглянуто за змішаними групами “вік-дохід”, виявилось, що в кожній віковій групі значимих відмінностей між підгрупами з різними доходами немає. Отже, у нас немає підстав вважати, що рівень доходу впливав на рівень прагнення багатства.

За результатами другої хвилі ЄСД подібні прагнення були трохи поширеніші серед міських жителів. Якщо серед городян середній бал важливості багатства дорівнював 3,46, то серед селян — 3,23. Така відмінність є статистично значимою на рівні 0,001, але, як бачимо, невеликою, і в третій хвилі таких відмінностей вже не фіксувалося. А от між мешканцями великих і невеликих міст значимих відмінностей немає за результатами ані другої, ані третьої хвилі.

В обох хвилях ЄСД фіксувалася деяка, хоча знову ж таки невелика, залежність у важливості багатства для особи від факту її релігійності чи нерелігійності. Зокрема, у третій хвилі середній бал такої важливості є трохи більшим (зі значимістю відмінностей на рівні 0,01), серед тих осіб, які не ідентифікували себе як прихильників якогось із віросповідань (див. рис. 9.6). Проте ця відмінність не є настільки значною, щоби говорити про суттєвий вплив належності до певної релігії на орієнтацію на багатство.

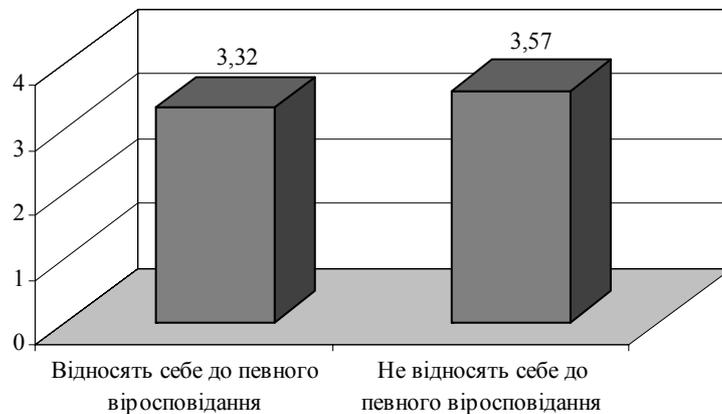


Рис. 9.6. Визначення серед громадян України, які належать або не належать до певного віросповідання, важливості для себе особисто багатства, наявності великих грошей і дорогих речей, 2006–2007, N = 1863, середні бали

Стосовно конкретних віросповідань, які можна розглядати, у другій хвилі ЄСД фіксувалася дещо більша орієнтація на багатство серед прихильників греко-католицького віросповідання — середній бал важливості багатства 3,69, тоді як серед православних — 3,22 (значимість відмінностей на рівні 0,05). Проте у третій хвилі такі відмінності вже не фіксувалися — середній бал за цим запитанням серед греко-католиків і православних був практично однаковим.

Отже, можна підсумувати, що орієнтація на багатство, володіння гарними речами поширена серед наших співвітчизників середньою мірою, і навряд чи її можна розглядати як визначальну рису. Водночас українці за цим показником посідають одне з перших місць серед досліджених європейських країн. Особливо це стосується наших наймолодших співгромадян. Відмінності в подібних орієнтаціях переважно зумовлюються віком респондентів — чим вони молодші, тим ці орієнтації міцніші. Інші розглянуті соціодемографічні показники (стать, освіта, рівень доходів, регіон проживання, тип населеного пункту, наявність чи відсутність релігійних переконань, належність до релігійної конфесії) виявляються пов'язаними з такими орієнтаціями незначною мірою. Тобто можна стверджувати, що ця складова гедоністичного стилю життя достатньо рівною мірою поширена серед різних соціальних груп населення.

Тепер розглянемо такі складові гедоністичного стилю життя, як важливість добре проводити час і тішити себе. Загалом за результатами третьої хвилі ЄСД серед українських громадян, які визначилися з цього питання, рівень подібних орієнтацій, як і у випадку із багатством, перебуває на середньому рівні (середній бал дорівнює 3,36, за максимального середнього бала 6). Причому за цим показником Україна, разом зі Словаччиною, Польщею та Ірландією, посіла одне з останніх місць серед європейських країн (значимість відмінностей на рівні 0,05), тоді як найвищі показники — серед швейцарців (середній бал 4,85) і французів (4,63).

Цілком природно, що як в Україні, так і в усіх інших європейських країнах, де проводилося Європейське соціальне дослідження, в обох хвилях є чітка тенденція щодо зменшення частки тих, хто підтвердив, що для нього важливо гарно проводити час, мірою збільшення віку респондентів. Зокрема у третій хвилі ЄСД найбіль-

шою така частка є серед наймолодших респондентів (16–29 років); у віковій групі 30–54 роки вона дещо менша, а серед найстарших респондентів (понад 54 роки) — найменша. Відмінності між усіма віковими групами статистично значимі на рівні 0,05.

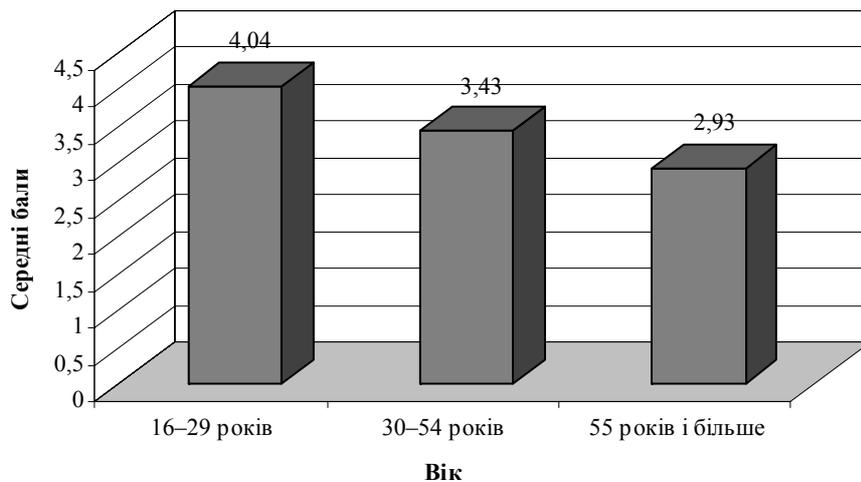


Рис. 9.7. Рівень важливості добре проводити час і тішити себе серед різних вікових категорій українських громадян, 2006–2007, N = 1866

У такому стані нема нічого дивного, він, на нашу думку, зумовлюється психологічними, фізіологічними і соціальними причинами. Люди похилого віку менш здатні до проведення активного життя внаслідок слабшого здоров'я, меншого рівня економічних можливостей (оскільки значна частина цих людей пенсіонери), а також власне внаслідок вікових змін втрачають інтерес до різноманітних утіх. Натомість молоді люди мають і більшу психологічну активність, і більше вільного часу й здоров'я, аби більше орієнтуватися на всілякі розваги. Люди середнього віку хоча ще зберігають психологічні й фізичні можливості для прийняття такого стилю життя, але вже переважно мають власні родини, дітей і, відповідно, менше вільного часу.

Більш активна орієнтація на добре проведення часу в обох хвилях ЄСД фіксувалася серед чоловіків — серед них середній бал за даною шкалою в третій хвилі становив 3,51 бали, тоді як серед

жінок 3,25 бали (значимість відмінності на рівні 0,01). Проте, як можна помітити, ці відмінності не дуже великі. І в цьому Україна також схожа на інші європейські країни, в більшості яких чоловіки дещо переважають жінок за рівнем важливості цього елементу гедоністичного стилю життя, але ця перевага вельми незначна.

Ані в другій, ані в третій хвилях ЄСД статистично значимих відмінностей за цим запитанням між особами з рівнями освіти від середньої до вищої немає. Осіб, які мають найнижчий рівень освіти, ми тут не розглядаємо, оскільки їхні позиції, як уже вказувалося, зумовлюються не власне освітою, а віком. Також у другій хвилі не фіксувалося статистично значимих відмінностей між групами з різним рівнем доходів.

Невеликі відмінності за цим елементом гедоністичного стилю життя помітні в регіональному розрізі. Найбільшим рівень важливості для респондентів добре проводити час є в Центральному регіоні (3,66). Центральний регіон значимо відрізняється від решти регіонів. Між іншими регіонами значимих відмінностей немає.

Знову ж таки, як і в разі з орієнтацією на багатство, в орієнтаціях добре проводити час в другій хвилі ЄСД трохи помітнішими були мешканці міст (серед них середній бал за цією шкалою становив 3,36, тоді як серед сільських жителів — 3,13 бала, значимість відмінностей на рівні 0,01), а в третій хвилі хоча відмінності є (3,45 бала серед міських жителів і 3,32 серед селян), проте вони статистично незначимі. І так само в обох хвилях дослідження практично немає відмінностей між мешканцями великих і невеликих міст.

Не дуже сильно впливає на міру орієнтації добре проводити час факт сповідування певної релігії. У другій хвилі ЄСД статистично значимих відмінностей між тими українськими громадянами, що ідентифікували себе як релігійних або нерелігійних, виявлено не було. У третій хвилі відмінності вже фіксувалися (на рівні 0,05) на користь нерелігійних (серед останніх середній бал становив 3,51, а серед релігійних — 3,33). Проте розрив, як бачимо, невеликий, тому ми не можемо стверджувати, що серед нерелігійних значно більше тих, хто прагне добре проводити час. Однак наявність трохи більшого середнього бала за даними запитанням серед осіб, які визначили себе як нерелігійних, притаманне не лише для України, а й майже для всіх досліджених європейських

країн (крім Болгарії). Це дає підстави припустити, що факт релігійності на розглянуту характеристику деякою мірою впливає.

І знову ж таки, як у разі з орієнтацією на багатство, трохи більшу гедоністичність демонструють прихильники греко-католицької церкви, причому в обох хвилях ЄСД. Зокрема, у третій хвилі серед представників греко-католиків середній бал за орієнтаціями добре проводити час дорівнював 3,58 бала, а серед православних — 3,28 бала (значимість відмінностей на рівні 0,01).

Тепер розглянемо наявну інформацію за третім досліджуваним елементом гедоністичного стилю життя — важливістю для респондента веселощів і отримання від життя задоволення. Загалом цей показник, як і два попередні, перебуває для України на середньому рівні — у третій хвилі ЄСД загалом по країні середній бал важливості цього елемента становив 3,05 (за, нагадаємо, максимального показника 6). Тобто назагал жителів нашої країни можна схарактеризувати помірним рівнем прагнень веселощів і задоволень. Причому як і в разі з орієнтацією добре проводити час, за цим показником Україна посідає в Європі одне з останніх місць.

У третій хвилі ЄСД найбільший середній бал за орієнтацією на цей елемент гедоністичного стилю життя фіксується серед наймолодших респондентів (16–29 років), тоді як мірою збільшення віку середній бал зменшується (рис. 9.8). Значимість цих відмінностей перебуває на рівні 0,01.

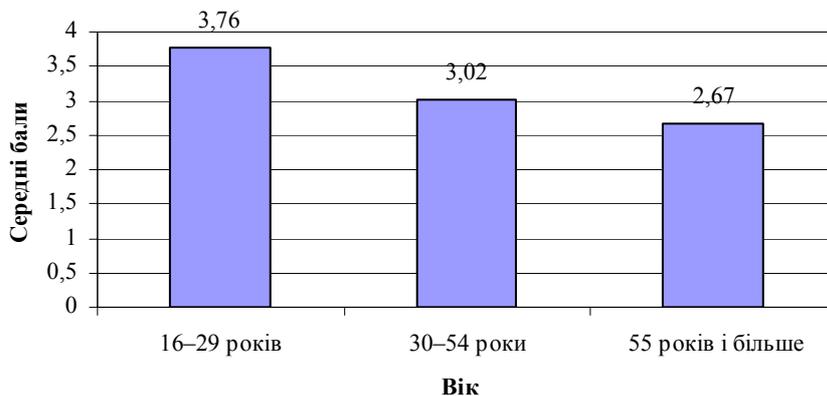


Рис. 9.8. Рівень важливості веселощів і отримання задоволення від життя серед різних вікових категорій українських громадян, 2006–2007, N = 1904

Також на веселощі і задоволення в обох хвилях ЄСД виявилися трохи більше зорієтованими чоловіки порівняно із жінками. Зокрема у третій хвилі серед останніх середній бал за цим показником — 2,91, а серед чоловіків — 3,23 (значимість відмінностей на рівні 0,01).

Між респондентами із середньою і вищою за середню освіту в обох хвилях дослідження не фіксувалося жодних відмінностей за цим показником — у групах з усіма рівнями освіти (середня, середня спеціальна, вища) середній бал перебуває на середньому рівні (близько 3). У другій хвилі ЄСД майже немає відмінностей між групами з різним рівнем доходів, якщо виключити вплив віку (статистично значимі відмінності між респондентами з найбільшими і найменшими доходами наявні лише у віковій групі 30–54 років).

У третій хвилі ЄСД можна помітити деякі регіональні відмінності. Статистично значимі відмінності (на рівні 0,01) від усіх інших регіонів продемонстрували Південь і Захід (у першому зафіксовано найбільший середній бал, у другому — найнижчий), тоді як значимих відмінностей між Центром і Сходом не виявлено.

Трохи менші, ніж у містах, відповідні орієнтації в обох хвилях фіксувалися в сільській місцевості (зокрема у третій хвилі відповідні середні бали 2,99 проти 3,15), але, знову ж таки, ця відмінність була невеликою. Також у третій хвилі було зафіксовано невеликі відмінності між мешканцями міст різного розміру — серед мешканців великих міст середній бал дорівнював 3,41, а серед мешканців невеликих міст — 3,01 (відмінності значимі на рівні 0,01), тоді як у другій хвилі таких значимих відмінностей не було.

У мірі важливості веселощів в обох хвилях дослідження наявні відмінності між релігійними і нерелігійними особами (в обох випадках серед нерелігійних ця важливість є трохи більшою). Зокрема у третій хвилі серед нерелігійних середній бал за цим запитанням дорівнював 3,49 бала, проти 2,93 бала серед релігійних (значимість відмінностей на рівні 0,01).

У другій хвилі більшу налаштованість на веселощі виявили представники греко-католицької церкви — серед них середній бал важливості веселощів становив 3,41, тоді як серед православних — 2,92 (значимість відмінностей на рівні 0,05). Проте у третій хвилі

подібний напрям відмінностей хоча й зберігся (серед греко-католиків середній бал становив 2,99, а серед православних — 2,80), статистично значимою ця відмінність вже не була.

Якщо спробувати узагальнити виявлені закономірності, побачимо, що всі розглянуті елементи гедоністичного стилю життя помірно притаманні населенню нашої країни. Причому наявність їх доволі рівномірна для низки соціальних груп — фіксуються незначні відмінності між групами із різним рівнем освіти, за рівнем доходів, між тими, хто проживає в різних регіонах і населених пунктах різних типів (великих містах, малих містах, селах), особами, які мають чи не мають релігійних переконань. Основним чинником, що має зв'язок із мірою орієнтацій на гедоністичні цінності, є вік респондентів — простежується чітка закономірність: міра орієнтації на такі цінності зменшується мірою збільшення віку респондентів.

Також за результатами другої хвилі ЄСД за всіма розглянутими елементами гедоністичного стилю життя була помітна більша орієнтація на них з боку прихильників греко-католицької церкви. Розглядаючи цей факт, ми припустили, що такий стан також може бути пов'язаним із віком респондентів, оскільки у вибірці серед греко-католиків більшою є частка молоді (серед осіб, які ідентифікували себе як православних, особи віком 18–29 років становили 15,7%, а серед осіб, які віднесли себе до греко-католиків, — 28,0%). Щоби перевірити це припущення, ми спробували виключити з аналізу всіх осіб молодших за 30 років. Але за таких умов середні бали по всіх розглянутих елементах гедоністичного стилю життя (крім важливості гарного проведення часу), серед прихильників католицького віросповідання все одно залишилися більшими, ніж серед православних. Тож можна було припустити, що певною мірою правильним є наголос дослідників релігії на більшій аскетичній спрямованості православного віросповідання порівняно із католицьким. Проте результати третьої хвилі були дещо іншими. Тут значимі відмінності між греко-католиками і православними відмічалися лише стосовно орієнтацій добре проводити час. Тож це питання потребує детальнішого дослідження.

Ми вже розглядали кожен із елементів гедоністичного стилю життя окремо. Тепер спробуємо створити на підставі трьох роз-

глянутих вище елементів (особистісної важливості багатства і володіння дорогими речами, доброго проведення часу, веселощів і задоволень) певний агрегований показник міри гедоністичності, тобто виокремити групи людей, які орієнтуються чи не орієнтуються на гедоністичний стиль життя. Для цього ми об'єднаємо відповіді на запитання, що фіксували відповідні орієнтації, за таким принципом: 1) респонденти, які в усіх трьох запитаннях підтвердили свою орієнтацію на гедоністичні цінності (обрали відповіді “дуже схожа на мене”, “досить схожа на мене” або “схожа на мене”), вважалися такими, що орієнтуються на гедоністичний стиль життя (“гедоністи”); 2) респонденти, які в усіх трьох запитаннях не підтвердили таких орієнтацій (обрали відповіді “не схожа на мене” або “зовсім не схожа на мене”), вважалися такими, що не орієнтуються на гедоністичний стиль життя (“антигедоністи”); 3) решта респондентів (крім тих, хто з усіх трьох запитань не зміг визначитися), розглядалися як проміжний тип, які мають ті чи інші гедоністичні орієнтації, але не сформували їх як цілісну позицію; 4) респондентів, які з усіх трьох запитань не дали відповіді, було зараховано до окремої групи: про них неможливо щось сказати. Звісно, слід відзначити, що такий поділ є дещо обмеженим, оскільки одних вказаних характеристик може бути недостатньо для приписування особі гедоністичної чи антигедоністичної орієнтації. Проте для первинної орієнтації та порівняння ця модель цілком припустима. До того ж групи “гедоністів” та “антигедоністів” у цьому випадку є певними крайнощами, коли до першої групи потрапляють, так би мовити, яскраво виражені гедоністи, а до другої — яскраво виражені антигедоністи.

Об'єднання цих трьох складових є обґрунтованим також зі статистичної точки зору. У разі проведення факторного аналізу 21 запитання опитування, де фіксувалися орієнтації на гедонізм, традиціоналізм, конформізм тощо, розглянуті нами вище запитання потрапляли до одного фактора, який пояснює 27,7% загальної дисперсії, разом із такими показниками, як бажання бути успішним і отримувати визнання своїх успіхів, прагнення пригод, отримання від життя нових вражень, створення чогось нового, поваги від інших. Також три розглянуті складові гедоністичного стилю життя добре корелюють між собою. Зокрема, коефіцієнт кореляції

Пірсона між особистісною важливістю багатства і прагненням веселощів дорівнює 0,372, а коефіцієнт кореляції Пірсона між важливістю багатства і добрим проведенням часу — 0,419. Прагнення веселощів і доброго проведення часу корелюють між собою ще сильніше (коефіцієнт кореляції Пірсона — 0,524).

У результаті за заданих нами умов в третій хвилі ЄСД як “гедоністів”, так і “антигедоністів” виявилось відносно небагато — частка і перших, і других серед населення близько 15% (рис. 9.9).

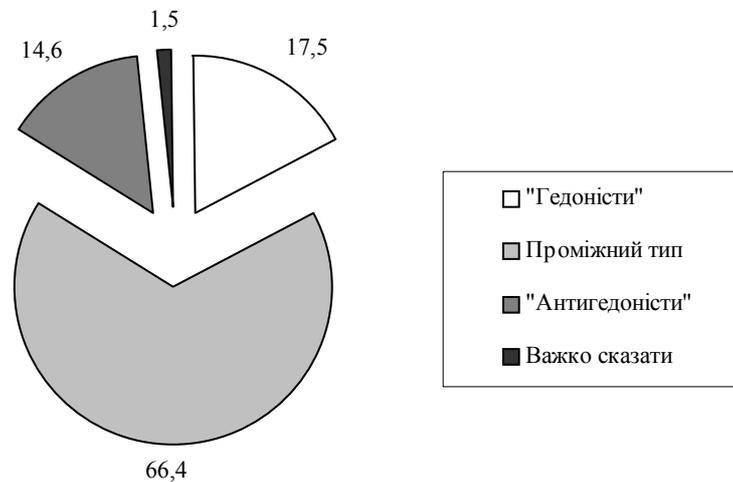


Рис. 9.9. Співвідношення “гедоністів” та “антигедоністів” серед українських респондентів, 2006–2007, N = 2002, %

Ці результати мало змінилися порівняно з другою хвилею — лише трохи збільшилася частка “гедоністів” і зменшилася частка “проміжного типу”, тоді як частка “антигедоністів” майже не змінилася.

Водночас треба враховувати, що гедоністичні орієнтації не є характеристикою, що належить винятково тій групі, яку було названо “гедоністами”. Ті чи інші елементи гедоністичного стилю життя притаманні більшості представників “проміжного типу”. Адже осіб, які впізнали себе в двох із трьох запропонованих

індикаторах або навіть в одному, також можна вважати носіями гедоністичних цінностей. І в такому разі з “проміжного типу” можна виокремити групи із середнім рівнем гедоністичності (тих, хто впізнав себе у двох із трьох запропонованих характеристиках), низьким рівнем гедоністичності (тих, хто впізнав себе в одній із запропонованих характеристик), дуже низьким рівнем гедоністичності (тих, хто принаймні щодо однієї із запропонованих характеристик обрав відповідь “трохи схожа на мене”) і помірних “антигедоністів” (тих, хто чітко не впізнав себе в одній чи двох характеристиках, але не зміг визначитися стосовно третьої). У такому разі більша частина нашого “проміжного типу” відходить саме до тих груп, де фіксується більша чи менша міра гедоністичності. Зокрема, за результатами третьої хвилі ЄСД 22,5% за наведеною вище класифікацією потраплять до групи із середнім рівнем гедонізму, 24,6% — до групи із низьким рівнем гедонізму, 13,9% — до групи із дуже низьким рівнем гедонізму, а 6,4% — до групи помірних “антигедоністів”. Отже, загалом переважають особи з наявністю певного рівня гедоністичності, адже в сукупності частки яскраво виражених гедоністів, гедоністів середнього і низького рівня становитимуть близько 65% населення. Проте надалі ми будемо розглядати саме найбільш акцентовані типи — яскраво виражених “гедоністів” і яскраво виражених “антигедоністів”, оскільки саме вони є найяскравішими виразниками відповідних стилів життя.

Цікаво, якщо використовувати цей агрегований показник, за часткою “гедоністів” Україна опиняється на одному з останніх місць у Європі (і в другій, і в третій хвилях ЄСД). Зокрема, за результатами третьої хвилі найбільшими ці частки виявилися в Угорщині (32,9%), Кіпрі (32,4%) та Австрії (32,1%), тоді як Україна за цим показником посідає 18 місце серед 23 країн, дані за якими були в наявності на момент підготовки цього тексту. Водночас серед українського населення порівняно з іншими європейськими країнами була однією з найбільших частка “антигедоністів” (за цим показником Україна ділить перше, друге і третє місця з Польщею та Норвегією, див. табл. 9.8).

Таблиця 9.8

**Співвідношення “гедоністів” та “антигедоністів”
серед населення різних країн Європи, 2006–2007, %**

<i>Країни</i>	<i>"Гедоністи"</i>	<i>Проміжний тип</i>	<i>"Анти-гедоністи"</i>	<i>Важко сказати</i>
Австрія	32,1	65,4	2,1	0,4
Бельгія	22,1	76,8	1,0	0,1
Болгарія	25,5	61,0	11,0	2,5
Швейцарія	15,5	82,7	1,6	0,2
Кіпр	32,4	63,6	4,0	0,0
Німеччина	22,2	74,4	2,9	0,5
Данія	18,8	77,2	3,9	0,1
Естонія	18,5	72,2	7,7	1,6
Іспанія	18,7	73,3	7,9	0,1
Фінляндія	10,9	82,6	6,5	0,0
Франція	8,3	88,8	2,8	0,1
Велика Британія	17,1	74,9	6,9	1,1
Угорщина	32,9	65,6	1,5	0,0
Ірландія	18,7	71,3	10,0	0,0
Нідерланди	22,4	75,4	2,2	0,0
Норвегія	12,3	74,7	13,0	0,0
Польща	20,3	66,2	13,0	0,5
Португалія	17,7	76,3	5,9	0,1
Росія	31,0	58,6	9,6	0,8
Швеція	17,8	78,4	3,8	0,0
Словенія	24,2	71,8	4,0	0,0
Словаччина	29,1	63,1	7,4	0,4
Україна	17,5	66,4	14,6	1,5

Якщо подати соціодемографічну структуру за вказаним агрегованим показником, то серед українців у третій хвилі ЄСД частка “гедоністів” виявилася трохи більшою серед чоловіків порівняно із жінками (див. рис. 9.10). Якщо серед чоловіків “гедоністів” 19,6%, то серед жінок — 15,8% (відмінність є значимою на рівні 0,05), тоді як стосовно “антигедоністів” співвідношення є зворотним — серед жінок таких 16,6%, а серед чоловіків — 12,0% (відмінність є значимою на рівні 0,01). Частка тих, кого можна віднести до проміжного типу, практично однакова як серед чоловіків (66,7%), так і серед жінок (66,2%). Отже, статеві відмінності за гедоністичною зорієнтованістю є, але вони не дуже великі, щоби стверджувати, ніби чоловіки значно більш гедоністичні за жінок.

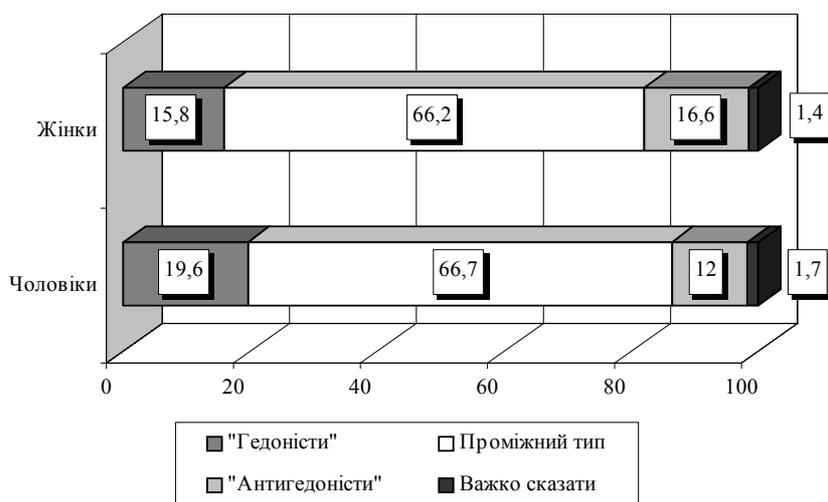


Рис. 9.10. Співвідношення “гедоністів” та “антигедоністів” серед представників різних статей в Україні, 2006–2007, N = 2002, %

Водночас у більшості інших європейських країн можна помітити наявність значно більших відмінностей між представниками різних статей. Якщо різниця часток гедоністично зорієнтованих чоловіків і жінок в Україні становить близько 4%, то в таких країнах, як Нідерланди, Польща, Австрія, Данія різниця між частками гедоністично зорієнтованих чоловіків і жінок коливається в межах 11–12%; у Німеччині, Іспанії, Словенії, Росії ця різниця становить близько 9–10%; у Великій Британії, Швеції, Бельгії, Естонії, Ірландії, Словаччині — близько 7–9%. Менші за Україну відмінності продемонстрували лише фіни й угорці. І також цікавим фактом є те, що ці відмінності в усіх досліджених країнах є на користь чоловіків — тобто всюди, де проводилося опитування, серед чоловіків частка тих, хто приставав на гедоністичні позиції, перевищувала відповідну частку серед жінок. І навпаки, частка “антигедоністів” серед жінок була більшою, ніж серед чоловіків, майже в усіх країнах (крім Швеції, але й тут ця різниця трохи більше 1%). Найбільші відмінності стосовно “антигедоністичної” орієнтації є в Польщі (тут частка “антигедоністів” серед жінок на 10,5% перевищувала відповідну частку серед чоловіків), в Іспанії (різниця у 5,6%) та в

Норвегії (різниця у 5,1%). Тобто можна стверджувати, що чоловічому населенню Європи загалом й України зокрема притаманна більша гедоністичність, ніж жіночому населенню, хоча і не набагато. Але все одно ймовірність зустріти гедоніста серед чоловіків більша, ніж серед жінок.

Як і слід було очікувати, найбільша частка “гедоністів” серед наймолодшої групи українських респондентів (16–29 років). Зокрема, за результатами третьої хвилі ЄСД серед наймолодших респондентів “гедоністів” виявилось понад третину (37,6%), тоді як серед осіб віком 30–54 роки — 15,0%, а серед старших за 54 роки — 9,9% (відмінності є значимими на рівні 0,01). І така ж залежність, тільки в зворотному напрямі, є стосовно належності до категорії “антигедоністів”. Найбільшою частка тих, хто належить до проміжної категорії, є серед респондентів середньої вікової категорії (див. рис. 9.11).

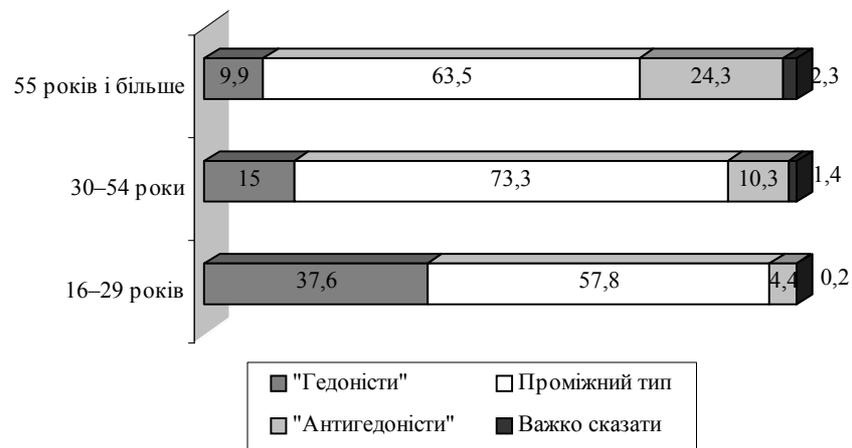


Рис. 9.11. Співвідношення “гедоністів” та “антигедоністів” серед представників різних вікових груп українських громадян, 2006–2007, N = 2002, %

Подібна тенденція фіксується не лише для України, а й для інших досліджених європейських країн — всюди найбільша частка “гедоністів” у наймолодшій віковій категорії, менша — в середній віковій групі, а найменша — серед найстарших респондентів. Але відмінності можна помітити в розмірі частки “гедоністів” серед молоді. Зокрема, найвищі показники серед росіян (54,1%), кіпріотів

(53,0%), австрійців (51,6%), тоді як найменші — серед французів (17,7%), норвежців (25%) та фінів (25,9%). Тобто українська молодь за мірою орієнтації на гедоністичний стиль життя перебуває десь посередині.

За пропонованим нами агрегованим показником рівня гедоністичності ані в другій, ані в третій хвилях дослідження суттєвих відмінностей залежно від рівня освіти респондентів не помічено. Значимі відмінності фіксуються щодо осіб із найнижчим рівнем освіти порівняно з респондентами із більш високою освітою (серед перших частка “гедоністів” є найменшою, а частка “антигедоністів” — найбільшою), але це пов’язано радше не з рівнем освіти, а з віком — практично вся група респондентів, які мають неповну або повну початкову освіту, — це особи похилого віку, а серед осіб із високим рівнем освіти, природно, більше молоді.

Статистично значимі відмінності між особами з різним рівнем доходів по всьому масиву другої хвилі ЄСД фіксуються лише стосовно крайніх випадків — осіб із доходами до 500 грн і осіб із доходами понад 1000 грн, але можна помітити, що ці відмінності невеликі (див. рис. 9.12). Тобто серед заможніших осіб більшою є ймовірність зустріти “гедоніста”, хоча й ненабагато.

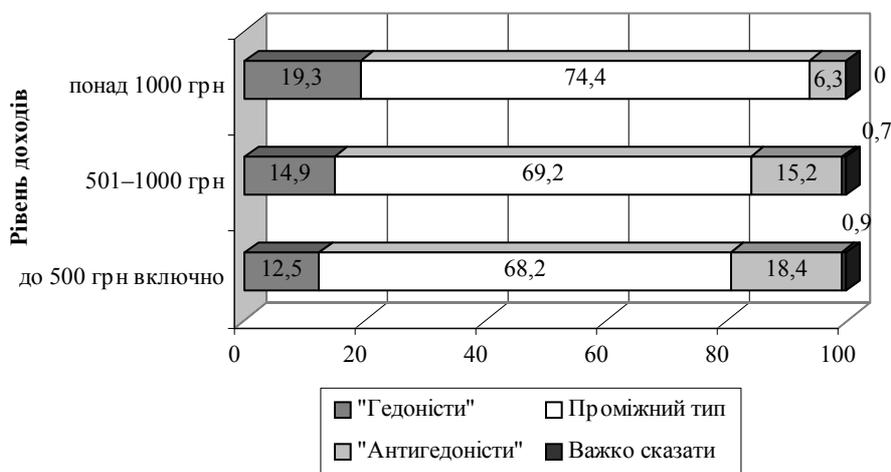


Рис. 9.12. Співвідношення “гедоністів” та “антигедоністів” серед представників груп українських громадян з різним рівнем доходів, 2005, N = 1565, %

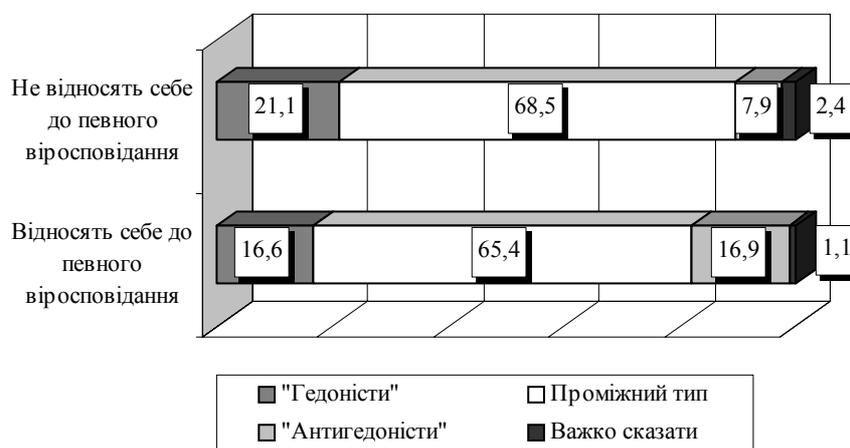
Загалом розглянуті опитування фіксують дещо більшу частку “антигедоністів” серед сільських жителів, хоча ця відмінність є невеликою. Зокрема, у третій хвилі ЄСД частка “антигедоністів” серед сільських жителів становила 16,1%, а серед міських жителів 12,0% (відмінність значима на рівні 0,05), а частки гедоністів становили, відповідно, 16,0% і 20,3%, тоді як значимих відмінностей у частках “проміжного типу” немає. Тобто можна припустити, що факт проживання в місті деякою мірою впливає на більшу прихильність до гедоністичного стилю життя.

Таке припущення можна деякою мірою підтвердити, поглянувши на відповідні дані щодо інших досліджених країн. Статистично значимі відмінності в цьому плані фіксуються лише для 7 із 23 країн (Австрії, Болгарії, Естонії, Угорщини, Ірландії, Росії, Швеції), але цікавим моментом є те, що не лише в цих країнах, а й майже в усіх інших частка “гедоністів” виявлялася більшою саме серед городян. Тож ми маємо певне підтвердження гіпотези, що місто є більш сприятливим для орієнтацій на гедонізм порівняно із селом.

Якщо поділити міське населення на тих, хто проживає у великих і невеликих містах, то за даними третьої хвилі ЄСД в Україні більш гедоністично зорієнтовані жителі великих міст — серед них частка “гедоністів” 28,2%, тоді як серед жителів невеликих міст — 15,9% (відмінність значима на рівні 0,01). А от у переважній більшості інших досліджених країн (у сімнадцяти із двадцяти трьох) за результатами третьої хвилі цих відмінностей не було. Такі відмінності є лише в Нідерландах, Норвегії, Португалії, Росії та Словаччині, причому в усіх випадках частка “гедоністів” є більшою серед мешканців великих міст.

Регіональних відмінностей в Україні в розподілі за цими типами практично немає. Єдиною особливістю є те, що трохи більша частка “гедоністів” відмічається в центральних областях країни (20,0%), проте значимо (на рівні 0,05) центральні області відрізняються лише від західних областей.

Звісно, можна припустити зумовленість наявності орієнтацій на гедонізм або, навпаки, проти нього певними релігійними переконаннями. І відмінності в цьому питанні між віруючими та невіруючими справді є, але не надто значні (див. рис. 9.13). Зокрема, за результатами третьої хвилі ЄСД серед осіб, які віднесли себе до певного віросповідання, частка гедоністів становила 16,6%, а серед тих, хто не ідентифікував себе із певною релігією чи віросповід-



данням — 21,1% (значимість відмінності на рівні 0,05). Частка “антигедоністів” серед віруючих перевищувала відповідну частку серед невіруючих на 9,0% (значимість відмінностей на рівні 0,01).

Схожі з українськими тенденції взаємозв'язку релігійності та міри орієнтації на гедонізм фіксуються й в інших країнах, охоплених ЄСД. У переважній більшості цих країн частка “гедоністів” більша серед осіб, які не віднесли себе до певного віросповідання чи релігії, і навпаки, серед тих, хто визначив себе як релігійного, більшою є частка “антигедоністів”. Причому значимими ці відмінності є в більшості досліджених країн (у 16 із 23).

У другій хвилі ЄСД серед українських громадян меншу, так би мовити, “аскетичність” продемонстрували прихильники католицького віросповідання (греко-католики). Серед останніх частка “гедоністів” становила 22,6%, тоді як серед православних — 12%. І навпаки, частка “антигедоністів” серед православних (17,2%) значно перевищувала відповідну частку (3,3%) серед прихильників католицького віросповідання (в обох випадках значимість відмінностей на рівні 0,01). Проте у третій хвилі ЄСД подібні особливості не підтвердилися. Хоча частка “гедоністів” серед католиків залишилася більшою, ніж серед православних, проте ця відмінність вже не була статистично значимою.

Отже, ми і на загальному агрегованому показнику орієнтації на гедоністичний стиль життя бачимо практично ту саму картину,

що й стосовно окремих елементів цього стилю. Загалом маємо відносно невеликі частки яскраво виражених “гедоністів” і “антигедоністів”, причому за обсягом частки “гедоністів” Україна перебуває на одному з останніх місць в Європі, тобто можна сказати, що міра поширення орієнтацій на гедоністичний стиль життя в Україні є меншою, ніж у більшості європейських країн.

За орієнтаціями на яскраво виражений гедоністичний стиль життя фіксуються доволі слабкі відмінності в різних соціальних групах. Трохи більше такі орієнтації поширені серед чоловіків, серед городян, серед жителів великих міст, серед осіб із вищими доходами, серед віруючих. Проте всі ці відмінності не дуже значні. Єдиною суттєвою залежністю є залежність від віку людини — орієнтації на гедоністичний стиль життя найпоширеніші серед наймолодшої вікової групи (віком 16–29 років), і його поширення зменшується мірою збільшення віку опитаних.

Загалом на гедоністичний стиль життя орієнтується незначна частина населення, ці орієнтації рівномірно поширені серед більшості соціальних груп, та все одно більш притаманні молоді.

Досі ми розглядали лише поширеність орієнтацій на гедоністичний стиль життя серед різних соціально-демографічних груп. Тепер спробуймо розглянути соціальну значимість цих орієнтацій, тобто з’ясувати, чи пов’язані такі орієнтації з іншими ціннісними орієнтаціями, наскільки цінності “гедоністів” відрізняються від цінностей тих, кого не можна зарахувати до цієї групи. Власне найбільш цікавими є саме такі відмінності, бо вони визначають те, чи справляють орієнтації на гедоністичний стиль життя негативний вплив на діяльність індивіда і груп у суспільстві.

Під час проведення другої хвилі ЄСД українських респондентів просили визначити важливість особисто для себе таких сфер життя, як родина, друзі, політика, робота, релігія. За цими самооцінками було зафіксовано певні відмінності між тими, кого ми в своїй моделі віднесли до “гедоністів”, та іншими, менш гедоністичними або зовсім негедоністичними групами (див. табл. 9.9).

Стосовно уявлень про важливість у житті родини суттєвих відмінностей між “гедоністами” та іншими групами не простежується. Загалом практично всі опитані як у групі “гедоністів”, так і в групі “антигедоністів” та проміжного типу, надзвичайно високо оцінили значення для себе родини — цю складову життя як важливу для себе (дуже важливу або достатньо важливу) визначили близько 97%

Таблиця 9.9

Оцінка особистісної значимості різних сфер життя українськими громадянами “гедоністичної” та “антигедоністичної” орієнтації, 2005, %

Оцінювані позиції	Тип орієнтації	Дуже важливо	Достатньо важливо	Не дуже важливо	Зовсім не важливо	Важко відповісти
Наскільки важливою є родина N = 2024	“Гедоністи”	83,4	14,3	1,0	0,6	0,7
	Проміжний тип	85,2	12,1	1,6	0,7	0,4
	“Антигедоністи”	91,8	6,8	1,7	0,4	0,2
Наскільки важливими є друзі N = 2023	“Гедоністи”	49,5	41,3	7,9	1,0	0,3
	Проміжний тип	30,4	51,8	15,9	1,3	0,6
	“Антигедоністи”	22,4	54,5	18,1	4,7	0,3
Наскільки важливою є політика N = 2022	“Гедоністи”	16,0	29,4	38,7	15,7	0,2
	Проміжний тип	8,1	30,0	42,1	18,3	1,5
	“Антигедоністи”	6,1	27,2	40,9	25,1	0,7
Наскільки важливою є робота N = 2020	“Гедоністи”	43,8	34,6	8,3	7,3	6,0
	Невизначені	39,6	34,2	11,5	9,0	5,7
	“Антигедоністи”	28,5	29,2	17,0	17,7	7,6
Наскільки важливою є релігія N = 2019	“Гедоністи”	16,5	29,8	29,2	22,9	1,6
	Проміжний тип	21,5	29,2	30,7	15,2	3,4
	“Антигедоністи”	28,8	38,1	19,4	10,4	3,3

у кожній із груп. Хоча якщо поглянути лише на частки тих, хто вважає родинну сферу “дуже важливою” для себе, то в групі “гедоністів” ця частка буде дещо меншою, ніж серед “антигедоністів”.

А от стосовно важливості для себе друзів “гедоністи” виявилися значно активнішими. Якщо серед “антигедоністів” лише 22,4% вказали, що друзі для них дуже важливі, а серед тих, хто потрапив до проміжного типу, 30,4%, то серед “гедоністів” таких було 49,5%, тобто майже половина. Подібне співвідношення збережеться, якщо виокремити ширші групи, об’єднавши тих, для кого ця сфера дуже важлива і достатньо важлива в одну групу, а тих, для кого вона не дуже важлива або зовсім не важлива в іншу. У цьому випадку наявність друзів є важливою для 90,8% гедоністів, для 82,2% проміжного типу і для 76,9% “антигедоністів” (відмінності значимі на рівні 0,01).

Інтерес до політики серед “гедоністів” перебуває навіть на вищому рівні, ніж серед груп із меншою орієнтацією на гедоністичний

стиль життя або взагалі без такої орієнтації. Серед групи “гедоністів” про важливість для себе такої сфери життя, як політика, заявили 45,5% (16,0% сказали, що політика для них дуже важлива), тоді як серед представників проміжного типу про важливість політики заявили 38,1% (8,1% надають їй дуже високої важливості), а серед групи “антигедоністів” — 33,3% (6,1% надають політиці дуже високої важливості).

У ставленні до роботи зорієнтовані на гедоністичний стиль життя також не виявилися, так би мовити, гіршими за інших. Частка тих, для кого робота є важливою, серед “гедоністів” (близько 78%) не відрізняється від відповідної частки представників проміжного типу (близько 74%). Групи “антигедоністів” ми тут не торкаємося, оскільки значну частину її становлять особи похилого віку (пенсіонери), для яких робота не може бути важливою за визначенням. Таким чином, серед “гедоністів” не фіксується негативного ставлення до роботи, чого можна було б очікувати, зважаючи на те, що робота часто суперечить отриманню від життя задоволення.

Менш значущою для “гедоністів” (порівняно з “антигедоністами”) виявилася релігія — серед респондентів, які потрапили до цієї групи, частка тих, для кого релігія є дуже важливою або достатньо важливою, менша за половину (46,3%). Проте за цим показником немає статистично значимої різниці між групами “гедоністів” і проміжного типу — серед останніх релігія є важливою трохи більше, ніж для половини. Найвищими показники важливості релігії в житті є серед тих осіб, які в нашій моделі потрапили до категорії “антигедоністів” — релігія тут виявилася важливою для 66,9% респондентів.

Отже, за представленими розподілами особливо помітні відмінності між “гедоністами” та “антигедоністами” в оцінюванні значимості друзів, політики та релігії. Тут слід згадати, що до групи “антигедоністів” потрапили переважно люди найстаршої вікової категорії (у цій групі їх майже 69,3%). Тож можна припустити, що відмінності в оцінках “антигедоністів” зумовлені власне віком відповідних респондентів, а не їхніми антигедоністичними переконаннями (точніше, ці переконання є результатом фізичної й психологічної нездатності людей похилого віку до гедоністичного стилю життя). Аби перевірити це припущення, ми спробували виключити з аналізу всіх осіб, старших за 54 роки. В результаті співвідношення більшості показників у “гедоністів” та “антигедоністів” залишилося таким самим. Знову ж таки, важливість родини була майже

однаковою в усіх групах (“гедоністів”, “антигедоністів” та проміжному типі). За важливістю наявності друзів і політики “гедоністи” так само переважали обидві менш гедонізовані групи. Природно, за відсутності людей пенсійного віку вирівнялася ситуація зі сприйняттям важливості роботи — серед усіх трьох груп ця важливість стала практично однаковою. А от стан із важливістю релігії залишився таким самим — серед “антигедоністів” частка тих, для кого ця складова життя є важливою, була більшою за 60%, тоді як серед “гедоністів” — лише близько 44% (див. табл. 9.10).

Таблиця 9.10

Оцінка особистісної значимості різних сфер життя українськими респондентами віком 18–54 роки, 2005, %

Оцінювані позиції	Тип орієнтації	Дуже важливо	Достатньо важливо	Не дуже важливо	Зовсім не важливо	Важко відповісти
Важливість родини N = 1140	“Гедоністи”	83,6	14,9	0,7	0,4	0,4
	Невизначені	85,6	12,2	1,6	0,4	0,2
	“Антигедоністи”	95,2	3,6	0,0	0,0	1,2
Важливість друзів N = 1140	“Гедоністи”	51,3	40,2	7,4	1,1	0,0
	Невизначені	34,9	51,2	13,1	0,5	0,3
	“Антигедоністи”	29,3	43,9	20,7	6,1	0,0
Важливість політики N = 1139	“Гедоністи”	15,2	26,8	41,3	16,7	0,0
	Невизначені	6,5	28,9	45,3	18,2	1,1
	“Антигедоністи”	7,2	9,7	53,0	30,1	0,0
Важливість роботи N = 1139	“Гедоністи”	47,6	35,3	6,7	5,6	4,8
	Невизначені	47,9	37,7	7,5	4,0	2,9
	“Антигедоністи”	51,2	35,4	6,1	4,9	2,4
Важливість релігії N = 1137	“Гедоністи”	15,0	28,7	31,3	23,1	1,9
	Невизначені	18,0	30,0	32,8	16,2	3,0
	“Антигедоністи”	22,9	41,0	24,1	10,8	1,2

Крім розглянутих вище, в дослідженні ставили низку запитань, що визначали міру соціальної активності респондентів. По-перше, респондентам пропонувалося визначити міру своєї згоди чи незгоди із твердженням, що громадяни мають приділяти принаймні частину свого вільного часу для допомоги іншим. За цим показником “гедоністи” виявилися менш, так би мовити, соціальними, ніж “антиге-

доністи” — якщо серед перших із такою тезою погодилися 63,1%, то серед других — 74,5% (значимість відмінностей на рівні 0,01). І навпаки, серед “гедоністів” частка незгодних із таким формулюванням була більшою, ніж серед “антигедоністів”. Проте загальний показник соціальності навіть серед “гедоністів” є доволі високим, адже з представленою тезою погодилася половина даної групи.

Такі більш індивідуалістичні орієнтації “гедоністів” підтверджуються й в іншому запитанні, де від респондента вимагалось визначити свою згоду чи незгоду із тезою, що суспільству було б краще, якби кожен думав про власні, а не суспільні інтереси. Із таким твердженням погодилася більш як чверть “гедоністів”, тоді як серед “антигедоністів” таких було лише близько десятої частини, а не погодилися з цим майже 2/3 “антигедоністів” і менш як половина “гедоністів” (див. табл. 9.11). Причому переважна індивідуалістичність “гедоністів” зберігається навіть у тому разі, якщо виключити з аналізу наймолодшу вікову категорію (18–29 років), припустивши, що саме особливості молодих людей можуть впливати на подані розподіли. Навіть без молоді серед “гедоністів” так само фіксується найменша, порівняно з іншими групами, частка

Таблиця 9.11

Міра згоди груп “гедоністів” та “антигедоністів” серед українських респондентів із запропонованими твердженнями щодо допомоги іншим та індивідуалістичних орієнтацій, 2005, %

Оцінювані позиції	Тип орієнтації	Згоден*	Важко сказати, згоден чи ні	Не згоден**	Не знаю
Міра згоди із твердженням, що громадяни мають приділяти принаймні частину свого вільного часу для допомоги іншим N = 2029	"Гедоністи"	63,1	24,9	10,7	1,3
	Проміжний тип	62,6	26,0	7,9	3,5
	"Антигедоністи"	74,5	20,9	3,2	1,4
Міра згоди із твердженням, що суспільство було б багатшим, якби кожен думав про свої інтереси N = 2029	"Гедоністи"	27,7	26,8	43,3	2,2
	Проміжний тип	22,8	23,5	49,1	4,6
	"Антигедоністи"	13,9	18,9	62,2	5,0

*Об'єднані частки тих, хто відповів “Повністю згоден” і “Згоден”.

** Об'єднані частки тих, хто відповів “Повністю не згоден” і “Не згоден”.

згодних із необхідністю приділяти час допомозі іншим, і найбільша частка тих, хто вважає, що для суспільства загалом було б краще, якби кожен дбав про власні інтереси.

* * *

Отже, спробуймо узагальнити і підсумувати ті факти, які ми розглянули в даному розділі. По-перше, серед населення яскраво виражених “гедоністів” і “антигедоністів” небагато — близько 15% кожного з цих типів. Водночас якщо дивитися ширше, то більша чи менша міра гедоністичних орієнтацій властива більшості населення. Але навряд чи можна стверджувати, що таке поширення цих орієнтацій несе особливу загрозу суспільному життю, оскільки вони присутні переважно в обмеженому обсязі. Найбільш охоплена орієнтаціями на гедоністичний стиль життя молодь (особи віком 16–29 років), проте навіть серед цієї групи гедоністичність радше перебуває на середньому рівні, а частка яскраво виражених гедоністів трохи більша за третину (37,6%). Водночас серед інших основних соціально-демографічних категорій відмінностей за рівнем поширення гедоністичних орієнтацій практично не спостерігається.

Відсутність критичного рівня гедоністичних стилів життя відображається не лише через самовизначення респондентів, а й через оцінки респондентами інших людей. Зокрема, меншість українських громадян вважає, що орієнтації на задоволення є домінантною характеристикою наших співвітчизників. Такі оцінки серед населення формуються переважно на підставі власного досвіду, тому можна припустити, що з таким станом (домінацією серед ціннісних орієнтацій саме гедоністичних орієнтацій) наші співгромадяни стикаються відносно нечасто.

Не можна відмітити надзвичайної соціальної пасивності осіб, які поділяють гедоністичні цінності; хоча за мірою орієнтації на суспільну взаємодопомогу і взаємозв’язок серед найбільш гедоністично зорієнтованих осіб фіксуються нижчі показники, але вони не наближаються до критичного рівня. Більшу індивідуалістичність гедоністів також навряд чи можна вважати антисуспільною, оскільки вона поєднується з високим рівнем орієнтацій на родину, друзів, політичне життя.

Указана ситуація сформувалася за умов, коли інформаційний простір наповнений орієнтуванням людей переважно на сферу задоволення, індивідуалізму. Відповідно, ми фактично стикаємося з пробле-

мою меж інформаційного впливу на особу, адже бачимо, що попри тотальну репрезентацію в інформаційному просторі (фільмах, рекламній продукції, текстах) орієнтування населення на цінності задоволення, частка зорієнтованих на гедоністичні цінності не така вже й велика. Можна припустити, що дієвість такої соціальної пропаганди багато в чому зумовлюється її відповідністю реальному життю. Маючи справу лише з подібною пропагандою, у людини можуть формуватися відповідні установки, та коли особа стикається з неможливістю реалізації цих установок в житті, найчастіше за все відбувається відповідне коригування їх.

Прийняття чи неприйняття гедоністичного стилю життя визначається низкою умов, що перебувають в соціальній, фізіологічній і психологічній площинах. Прийняття такого стилю життя значною мірою зумовлюється не лише бажаннями і прагненнями індивіда, а його реальною здатністю до такого прийняття. Остання може бути пов'язана з матеріальним становищем людини, рисами характеру, рівнем фізичних здібностей.

Література

1. Філософський словник. — К., 1986.
2. Асмус В.Ф. Античная философия. — М., 1976.
3. Лосев А.Ф. История античной эстетики : В 8-ми т. — М., 1969. — Т. II.
4. Скотний В.Г. Філософія: історичний і систематичний курс. — К., 2005.
5. Лукреций. О природе вещей : В 2-х т. — М., 1947. — Т. II.
6. Рассел Б. История западной философии : В 2-х т. — Новосибирск, 1994. — Том 2.
7. Емельянов А.В. «Человек гедонистический» как философская проблема : Автореф. дисс. ... канд. филос. наук. — Ижевск, 2003.
8. Bell D. The Cultural Contradictions of Capitalism. — N.Y., 1976.
9. Панарин А. Философия истории. — http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Panarin/01.php

Розділ 10

СТИЛІ СПОЖИВАННЯ. ВЛАСТИВІ ЖИТЕЛЯМ УКРАЇНИ

За кожної доби існує центральна сфера життєдіяльності, яка визнана суспільством провідною в життєдіяльності особистості, яка в певному смислі підкоряє, підлаштовує всі інші сфери. Так, за Середньовіччя, у феодальних суспільствах такою сферою була релігійна, в новітній час, в індустріальних суспільствах це трудова сфера діяльності. У сучасних розвинених суспільствах такою сферою стала сфера споживання. Ця особливість людського буття в різні епохи простежується через різні показники, в тому числі й через структуру життєвого часу особистості. Життєвий час особистості можна структурувати, вирізнити в ньому кілька складових. Ця структура історично істотно змінюється. Скажімо, людина Середньовіччя значну частину часу в її добовому балансі витрачала на молитви, відвідування церкви. У сучасної людини (за винятком окремих груп глибоко віруючих людей) цей сегмент або відсутній, або зовсім мізерний. Проте центральним сегментом у структурі часу життя сучасної людини є сегмент, пов'язаний зі споживанням.

Уже стало прохідним визначення сучасних суспільств як споживачьких, просякнутих духом споживацтва, із агресивними формами маркетингу, що примітивізують людину, притамовують її творче начало, зводять її до раба своїх насолод, перетворюють на універсального споживача [1, с. 76–86]. Споживання стає індустрією,

світ перетворюється на великий магазин і його порівнюють з універмагом. Ще 1900 року американець Редфорд Пек, президент величезної компанії, що володіла універмагом, написав роман “Світ як універмаг”. Відтоді подібні порівняння наводили багато авторів [2].

Тотальне споживання, його логіка, цінності проникають в усі сфери людського буття, влітаються в інші сфери, формують нові суспільні явища і стилі життя. Так, з’являється мода, яка перетворюється на усталений спосіб проведення вільного часу, ходіння по магазинах, так званий шопінг. У цьому типі поведінки процес купівлі товару, послуг перетворюється із допоміжної функції на самоціль. Товар, послуга стають предметом споживацького поклоніння. Формуються і набувають поширення специфічні емоційні стани людей, зокрема оніоманія — пристрасть здійснювати покупки. Ця пристрасть, подібно до гедоністичних ідеалів насолодження дрібними радощами побутового комфорту, культивується в суспільстві через рекламу, ЗМІ, мистецтво. Споживання перебирає на себе багато інших соціальних функцій людини, модифікує, спотворює їх. Насолода, задоволення витісняють вищі духовні цінності, розвиток інтелектуальних і моральних якостей особистості підміняється розвитком споживацьких навичок. Громадській думці нав’язується уявлення, що процес споживання — це і є вид творчості, а нищення магазинами і ринками — це і є гідне людини змагання. Головним храмом її життя стає супермаркет. Енергія, активність людини спрямовується на споживання, їй підсовується думка, ніби лише тут можна самоствердитися, самореалізуватися, лише через споживання можна домогтися визнання з боку оточення, продемонструвати свою оригінальність і неповторність. Наприклад, у 2008 році відвідуванню непродуктових магазинів та ринків упродовж останніх 7 днів присвятили 28% респондентів нашого моніторингу*.

Дехто з авторів диктат споживання розглядає як нову форму тоталітаризму. Ф.Бегбедер вустами одного зі своїх героїв говорить: “Те, що відбувається, воістину жахливо: це вбивство ідей, це заборона на зміни. Ви сидите віч на віч із типами, які зневажають народні маси, волюють загнати їх у межі акту придбання — безглузлого, але задалегідь жорстко зумовленого... В ідеалі, за демократії

* Тут і далі послуговуватимуся даними моніторингового опитування ІС НАНУ, проведеного 2008 року.

слід було б використовувати вражаючу владу масмедіа, щоби пробуджувати розумові здібності замість тиснути на них. Але такого ніколи не буде, адже люди, які володіють цією владою, вважають за краще не ризикувати... їм треба перетворити вас на баранів; я не жартую, от побачите, одного чудового дня вони відштампують у вас на руці магнітний код... Вони не хочуть давати вам свободу вибору. Вони хочуть звести всі ваші немотивовані дії до одного вищою мірою мотивованого — до акту купівлі” [3, с. 104]. В історичному плані суспільний процес споживання змінюється за сутністю, в різні епохи має різний якісний зміст. Блага, що їх споживає людина в різні часи, набувають різної цінності. Ж.Бодрійяр запропонував історичну класифікацію цінностей, тобто класи цінностей, що діахронічно змінюють одне одного. Він вибудував певну тріаду: “початкова стадія, коли існували повсякденні, побутові цінності; ринкова стадія, коли цінність виступає як засіб обміну; структурна стадія, коли з’являється цінність-символ” [4, с. 11]. У постмодерному суспільстві з його перевиробництвом товарів споживання набуває специфічних форм. Воно стає не стільки споживанням споживчої вартості товару, скільки споживанням символів. Такий вид споживання називають символічним, престижним або демонстративним. За красивою назвою “символічне споживання” приховане складніше й непривабливе явище задоволення штучно вигаданих потреб за допомогою споживання так званих фіктивних товарів. “Що я називаю фіктивним товаром? — запитує П.Мостовий. — Так я називаю товар, призначений для задоволення неіснуючої потреби. Якщо бути зовсім уже точним, то йдеться про ту потребу, про наявність якої споживач не підозрює до того моменту, доки не прочитає рекламу цього товару” [5]. На думку цього ж автора, лишень близько 30% товарів задовольняють базові цінності людини, а решта задовольняють потреби, яких не існує.

Але консьюмеристське суспільство тим і відрізняється від попередніх типів суспільств, що в ньому не товари і послуги виробляються для задоволення потреб людини, а виробляються потреби людини, для задоволення яких створюються товари і послуги. У цьому суспільстві домінантною формою соціальної самоідентифікації людини стають не належність до професії, не рівень освіти, не етнічна чи релігійна належність, а брендові споживання товарів і послуг, що визначають соціальний статус особистості.

Ще однією рисою суспільства споживання є те, що в ньому економіка і весь спосіб життя побудовані так, що споживача змушують міняти товари, які у нього вже є і які не втратили своєї споживчої цінності практичної корисності, на нові товари. Скажімо, ви маєте автомобіль у чудовому технічному стані, не кажучи вже про такі речі як мобільний телефон, годинник чи одяг, але мода на такі марки, фасони вже пройшла і, дбаючи про свій престиж, ви змушені його міняти. “Система радше функціонує за рахунок естетичної додаткової вартості знака, ніж за рахунок даної вартості товару” [4, с. 27]. Тут ми маємо справу із виснажливо-витратним споживацтвом, безглуздим надспоживанням. Екстенсивна модель споживання як принцип соціального існування є загрозою для людства ознакою. Воно вже уявляє критичні межі господарської ємкості біосфери, обмеженість багатьох видів природної сировини. На раціональному рівні, на рівні осмислення проблеми загроза цього явища зрозуміла для суспільства. Про ці загрози, про граничність зростання почали говорити від часів заснування Римського клубу. Однак розуміння входить у суперечність із основою основ капіталістичного виробництва — орієнтацією на якомога більший прибуток. А останній зумовлює ринкову гонитву, конкуренцію, рекламу, що орієнтує на дедалі нові види споживання і так аж до безглуздя. Але, як зазначають дослідники, “капіталізм не знає “нормального”; його “нормальний” стан — це виробництво надлишковості (надлишок виробництва); тому єдина можливість існувати для капіталізму — це експансія. Не випадково Жижек слідом за Лаканом називає капіталізм “царством істеричного дискурсу”: порочне коло бажань, чие поверхове задоволення лише поглиблює прірву незадоволеності, — ось що зумовлює істерію”[6].

Формою, що облагороджує споживацтво і маскує його під вид творчості, виступає мода. Назагал відмінність між стилем життя і модою полягає в тому, що стиль життя є наслідком внутрішнього вибору особистості, а мода є зовнішнім за походженням стосовно особистості явищем, яке їй наполегливо пропонується з боку певних соціальних інститутів. Мода є специфічним явищем, яке через систему соціальної символіки, що закладається в речах, типах і місцях споживання, надає можливість особистості самостверджуватися, демонструвати бажаний для неї соціальний статус, певною мірою виявляти свої смаки (мода будується на стереотипах, а

відтак, смаки особистості помітно відхиляються від рамок стереотипу, перед нею постає вибір — задовольнити свої самки чи слідувати моді), домагатися певного впливу на людей, які поділяють таку саму систему цінностей. Мода виступає також диверсифікаційним засобом розподілу людей за стилями життя. Вона поширюється не лише на одяг, прикраси, а й на авто, помешкання, якими користується людина, на район проживання у населеному пункті, магазини, які вона відвідує, де вона проводить відпустку, до яких клубів належить, які послуги і де саме вона отримує тощо. Тут існує взаємозалежність між стилем і модою: стиль вимагає певної моди, а мода вимагає певного стилю. За цих умов “споживання вже не є простим і чистим насолодженням благами, воно стає чимось таким, що примушує насолоджуватися — змодельованою операцією, рознесеною за графами ранжованого набору предметів—знаків” [4, с. 68–69].

Символічність споживання базується на розгалуженій системі брендів товарів та послуг. Бренд у суспільстві споживання — це складне соціальне явище, в якому одночасно присутні міф, казка, мрія і орієнтир. Він спирається не лише на матеріальне підґрунтя товару, а й на уявлення про нього в суспільстві чи певних його групах. Причому ці уявлення не є стихійними, випадковими. Вони заздалегідь проектуються, робляться привабливими, технологізуються, вони є результатом цілеспрямованого, систематичного впливу на свідомість споживачів. Бренд є обіцянкою задовольнити бажані переживання, які вже сформовані у свідомості покупця, клієнта, споживача. Через факт володіння даним брендом, доступності до нього особистість публічно, соціально самостверджується, досягає визнання, успіху. Сам стиль життя вже багато в чому є не специфічною формою поведінки особистості, особливим способом організації її життєдіяльності, а формою доступу до певних брендів. Самоствердження особистості відбувається не через її якості — талант, здібності, навички, майстерність, ерудованість, фах тощо, а через доступ і володіння брендом.

Мораль, ідеологію і знання в суспільстві споживання підміняє реклама. Вона переслідує людину цілодобово. Перш ніж вийти на вулицю й дізнатися, яка там погода, вас кілька разів перед цим почастують рекламою. Перед новинами ви також насититесь рекламою. У поштовій скриньці ще з ночі на вас очікує реклама. На вулиці вас чекають величезні білборди з рекламою, а щоб ви,

боронь Боже, не проігнорували інформацію на вуличному щиті, перед станцією метро вам троє чи четверо безпардонних людей втиснуть в руку кілька різнокольорових папірців із рекламою. Реклама буде агресивно переслідувати вас у вагоні метро, в автобусі й трамваї. Не сховаєтесь ви від неї і на сайтах Інтернету, в магазині, в підземному переході. Якщо ви захочете сховатися від неї перед сном, переглядаючи телесеріал, то знайте, без п'ятнадцятихвилинної реклами вам цього не вдасться. Нас повсюди переслідує рекламний жаргон, рекламні штампи, рекламні образи. У бідному суспільстві реклама вас не шкодує (і не тільки реклама), на кожному кроці пропонуючи дорогі для вас речі і послуги і натякаючи, що ваш статус (а насправді гаманець) міг би бути й вищим.

Майже примусове читання реклами, яке заступило місце читання художньої і професійної літератури, часописів і навіть газет стало прикметою наших днів. Про це свідчить той факт, що сьогодні додому журнали отримують лише 8% громадян, а газети — 44%. Щоправда, можна заперечити й сказати, що люди через скруту не можуть передплачувати періодику додому і користуються бібліотеками. Але ж до бібліотеки ходять у вільний час лише 5% дорослого населення, та й прямі відповіді респондентів про читання художньої літератури засвідчують скорочення цього виду діяльності. Так, 23% опитаних взагалі не читали газет упродовж останніх 7 днів. Будемо вважати, що люди відмовилися читати газети з огляду на примітивізацію їхнього змісту (що відбулася примітивізація — це правда). Все одно 58% заявляють, що читають газети, а от художню літературу — тільки 26% громадян.

Наклади літератури в країні скоротилися у кілька разів. І навіть ті книжки, що виходять друком, являють собою здебільшого примітивні детективи і сентиментальний кіч. Звісно, і в цьому сумному факті можна знайти кон'юнктурний позитив, і замість чесно визнати, що саме навала на особистість життєвих проблем відвернула її від книжки, заявити, що “книга перестала бути притулком від репресивної держави”.

Узагалі зниження за років незалежності уваги людей до духовних цінностей під впливом скорочення вільного часу, суєти і поспіху, необхідності дедалі більше часу приділяти пошуку коштів і засобів для виживання, працювати на кількох робочих місцях, бажання підтримувати певний статус у сфері споживання — це певний вирок новому способу життя.

Назагал про повноцінне розмаїття стилів життя у сфері споживання можна говорити лише за умови високого рівня життя людей. Саме наявність достатнього матеріального, інфраструктурного й організаційного ресурсу у суспільства і у широких верств населення, а також прийняті й легітимізовані в культурі суспільства цінності багатства, грошей, споживання і успіху є необхідною умовою існування суспільства споживання з його різноманітними стилями споживання. Для суспільства, населення якого багато років перебуває в стані виживання, така модель життя неможлива. Але вона все одно насаджується.

І тому сьогодні в нашому суспільстві актуалізується проблема дослідження стилів споживання, виявлення їх типів, головних векторів спрямованості, характеристик відмінностей тощо. Це пов'язано ще й із тим, що рівень освіти населення досить високий і наближений до рівня освіти населення розвинених країн світу. Ця характеристика населення багато в чому визначає його ціннісні орієнтації, мотивації, запити, очікування, претензії, бажання. Крім того, оскільки споживацтво як суспільна цінність глибоко проникло в усі верстви українського суспільства під впливом засобів масової інформації, моди, реклами, то навіть групи, які живуть на рівні виживання, на рівні задоволення первинних потреб, мають установки на демонстративне споживання, на споживання тих товарів і послуг, які реально для них недосяжні. Це, до речі, один із тих чинників, що формує у широких верств нашого населення постійний емоційний стан незадоволеності життям, немотивованої апатії, розпачу.

Старт демонстративному споживанню дають багатії. Певний стиль споживання (звісно ж, під впливом реклами і моди) стає престижним і в нього через ланцюжок суспільного впливу втягуються люди з меншими, а потім і з набагато меншими можливостями. В останніх, ясна річ, немає можливості охопити все коло наявних на даний момент престижних речей. Вони вимушені конструювати таку структуру свого споживання, за якої одна-дві речі будуть демонстративно-показовими, а інші речі й послуги, особливо ті, які можна приховати, або взагалі ігноруються, або споживаються на значно нижчому якісному і брендовому рівні. Але й така поведінка є для бідних людей виснажливою, ризикованою і загрозливою для фізичного і психічного здоров'я. Демонстративне споживання не можна кваліфікувати через індивідуальні особливості

людей, які в нього включені. Це характеристика способу життя суспільства, його певного періоду існування (адже цей період не завжди означає розвиток).

Особливо драматично розгортаються процеси демонстративного споживання у нашому суспільстві, адже воно є суспільством переважно бідних людей. Причому в зоні бідності перебувають не тільки непрацюючі верстви — безробітні, пенсіонери, молодь, а й ті, хто працює. Середньомісячний дохід на одного члена сім'ї в Україні, за даними нашого моніторингу 2008 року, дорівнює 866 грн, або близько 180 доларів США. Це означає, що на добу на людину припадає близько шести доларів. Країни з такими доходами населення вважаються бідними. Для порівняння можна взяти країни Західної Європи, де середньодобовий дохід на одну людину сягає 100 доларів.

Стиль споживання особистості першою чергою залежить від ресурсу, який вона має, від її платоспроможності. Адже про стиль життя людини взагалі можна говорити лише тоді, коли вона має ресурс на вибір поведінки. У разі ж бідності, нестатків також можна говорити про індивідуалізацію пристосування до таких умов, про варіанти адаптації до бідності, тобто не про стиль життя, а про стиль виживання. Таке поєднання — високий рівень освіченості і високий рівень бідності — породжує специфічні стилі поведінки людей. Стилi виживання тут формуються відмінними від стилів поведінки бідних країн із низьким рівнем освіти населення, тут створюються специфічні суспільні суперечності, конфлікти, зони напруженості.

У багатих постмодерних суспільствах споживання як суспільна функція втрачає у своєму змісті здоровий глузд. Ринкові закони вимагають постійного розширення виробництва товарів і послуг. І якщо ринок перенасичений ними, тоді включаються додаткові засоби, щоби штучно стимулювати попит: реклама, маркетинг, кредити тощо.

Українське суспільство загалом ще бідне, щоби на повну потужність відчути тиск ринку, нав'язливість логіки суспільства споживання. Навіть якщо кимось і прийняті його цінності, але реалізувати їх на повну потужність основній масі населення не вдається через обмежену купівельну спроможність. Можливо, саме тому наші громадяни більш тверезо оцінюють новітні явища консюме-

ризації, що вторгаються у нашу практику. В анкеті Омнібуса Інституту соціології НАН України 2007 року було запитання: “Як Ви вважаєте, наскільки справедливим є таке твердження: Люди найчастіше купують дорожчі товари для того, щоб продемонструвати іншим свою забезпеченість”. Твердо переконані, що таке твердження є хибним, 10%, і ще 20% вважають, що воно радше хибне. А майже половина респондентів — 49% — заявляють, що воно правильне і радше правильне. Причому молодь налаштована до процесу купівлі товарів критичніше. 58% респондентів віком до 30 років вважають це твердження правильним, а частка людей віком понад 55 років, які дотримуються такої думки, — 44%. Можливо, старше покоління, яке прожило значну частину життя за умов дефіциту товарів і послуг, переживає компенсаторні почуття, споглядаючи завали товарів у супермаркетах. А можливо, люди старшого віку так відповідають через обмежену практику споживчої поведінки. Адже вони більшою мірою обмежені у своїх можливостях купувати товари, а відтак екстраполюють свій досвід на все суспільство.

Хоч там як, але вірус споживацтва охоплює дедалі ширші маси. Для розгортання цієї епідемії в суспільстві створюються сприятливі умови. Приблизно до 2005 року населення України мало використовувало банківські кредити і придбання на виплату в магазинах. Переважна більшість населення не могла скористатися кредитами через бідність. Придбання на виплату мало пропонували продавці товарів і послуг з тієї ж причини. Продавці не були впевнені у здатності покупців своєчасно відшкодувати відсотки за цими видами послуг.

Проте незначне поліпшення платоспроможності населення, а головне — зміна політики банків і магазинів щодо кредитів і виплат для населення привели до того, що в останні два-три роки ці види послуг пережили певний бум. Тисячі людей скористалися цими послугами банків і магазинів. Найширше вони використовувалися для придбання товарів тривалого користування — меблів, побутової техніки, а також автомобілів. Придбання останніх в кредит набуло величезного розмаху у 2006–2007 роках. Тисячі людей брали кредити в банках і купували нові автомобілі. Вельми популярним це було серед молоді. Також дуже багато людей скористалися банківськими кредитами для придбання чи будівництва житла. За даними Нацбанку, у 2007 році громадяни взяли кредитів

у банках на суму 155,5 млрд грн (більше порівняно із попереднім роком на 98%) [6].

Проте цей кредитний бум у 2008 році пішов на спад, що було зумовлено тим, що на тлі стрімкої інфляції банкам стало не вигідно і ризиковано видавати кредити. Банки або взагалі відмовилися видавати кредити, або пропонували кредити на вкрай не вигідних умовах, під великі річні ставки.

Важливою умовою для споживання товарів тривалого користування є заощадження. Але в нашій країні людям складно зробити заощадження з кількох причин. По-перше, з причини бідності, низької заробітної плати, переважна частина якої йде на продукти харчування і комунальні послуги. Крім того, у попередні роки місяцями, ба й роками працюючим не виплачували заробітної плати, пенсіонерам не видавали пенсій. Тому багато сімей заради прожитку вимушені були брати у борг, не оплачували комунальні послуги. Так, за даними нашого моніторингу за 2004 рік, не мали боргу лише 48% опитаних; 28% мали комунальні борги, 29% брали у борг час від часу, а ще 7% заявили, що вони беруть кредити, позичають великі суми. Хоча ситуація із виплатою зарплат поліпшилася, проте борги населення залишаються. Щоправда, вони дещо змінили структуру. Влітку 2008 року всі види боргів українських громадян становили 424 млрд грн, у тому числі комунальні — 7,7 млрд грн [6]. По-друге, навіть ті незначні заощадження, які окремим сім'ям вдається зробити, громадяни не розміщують у банках, позаяк жителі України не довіряють банкам. Травма, якої було завдано вкладникам Ощадбанку СРСР, коли у 1992 році уміть були втрачені всі заощадження, не загоїлася й досі. За даними моніторингу 2008 року, банкам довіряють лише 21%, не довіряють — 47% громадян.

Враховуючи рівень життя переважної більшості населення України, в нашому моніторингу виокремлено сім стилів споживання залежно від матеріального становища сім'ї: а) часто не мають грошей і їжі, інколи старцюють (умовно назвемо його “жебрацький”); б) не вистачає продуктів харчування, інколи голодують (“гоłodний”); в) вистачає тільки на продукти харчування (“бідний”); г) загалом вистачає на прожиття (“скромний”); д) вистачає на все необхідне, але немає можливості роботи заощадження (“благополучний”); е) вистачає на все необхідне, роблять заощадження (“заможний”); ж) живуть у повному достатку (“багатий”). При цьому ми

усвідомлюємо, що найбагатша купка сімей, із велетенськими доходами, до вибірки нашого опитування не потрапила. Тому стилі життя цих небагатих сімей можна вивести за дужки аналізу. Але сам по собі такий підхід до виявлення стилів споживання, на нашу думку, має право на існування. Такої ж думки доходять інші дослідники. Наприклад, Г.Осадча зазначає, що про стиль життя багато в чому можна судити, аналізуючи майновий статус людини [8, с. 89].

Вирізнені групи за стилем споживання відрізняються розміром доходу на одного члена сім'ї. За самооцінками респондентів, середній дохід на члена сім'ї в останні 2–3 місяці у “жебраків” дорівнює 567 грн, у “голодних” — 568 грн, у “бідних” — 653 грн, у “скромних” — 943 грн, у “благополучних” — 1052 грн, у “заможних” 1241 грн, у “багатих” — 1444 грн. Ці дані, звісно, не можуть розглядатися як високостовірні. Впадає в очі те, що розрив у доходах на одну людину в сім'ї між найбіднішими і найбагатшими не досягає навіть трьох раз. Хоча за найскромнішими оцінками такий розрив сягає щонайменше 15 разів. На певну суб'єктивність відповідей впливає кілька чинників. По-перше, це стосується багатих, які зовсім нещодавно стали такими і не бажають “світитися”. По-друге, за наявності в українській економіці величезного тіньового сектора респонденти, як правило, про всяк випадок указують у відповідях на запитання анкети не реальний дохід, а офіційний, той, що значиться у них у податкових документах. По-третє, сюди не потрапили, як уже зазначалося, люди з дуже високими доходами. Але це не знижує, а навпаки, підвищує рівень достовірності нашого дослідження стосовно основної маси українських громадян.

Дехто з дослідників звертає увагу на те, що характеризувати матеріальне становище сім'ї лише за поточними доходами не зовсім коректно. Річ у тім, що сім'ї мають певну ресурсну забезпеченість, сформувану у попередні роки. До цього ресурсу зараховують автомобілі, меблі, житло, землю. Чи справді це так? Чи пов'язані стилі споживання з певним типом ресурсної бази? Скористаймося для з'ясування цього даними нашого моніторингу.

Як виявилось, у 2008 році два найбільш бідні стилі споживання — “жебраків” і “голодних” — ведуть 4% населення. У складі найбільш бідної групи, тобто тих, хто часто не має грошей і їжі, найбільше тих, які проживають у загальних квартирах (“комуналках”) —

14%, у гуртожитках — 7%, тобто серед них найбільше тих, хто не має ресурсної бази. У людей, які ведуть заможніший стиль життя, ресурсна база значно більша. Це виявляється в тому, що житло приватизоване у 82% “благополучних” і 82% “заможних”, тоді як у “жебраків” — у 57%, у “голодних” — у 66%. І навпаки, у 36% “жебраків” і у 28% “голодних” житло не приватизоване. У “скромних” і “благополучних” житло до цього часу не приватизоване тільки у 21% і 16% відповідно.

Певним життєвим ресурсом, особливо для малозабезпечених груп населення, сьогодні виступає садова ділянка. Прикметник “садова” має дещо умовний характер. Річ у тім, що у багатьох сім’ях ця ділянка першою чергою виконує роль городу, а не саду. На ній вирощують овочі, найчастіше картоплю, цибулю, помідори, огірки, моркву. Ці продукти є відчутною підмогою для сімей, особливо для бідних. Цей ресурс, за самооцінками респондентів, мають від 24% до 27% міських сімей. У стильових групах споживання наявність їх така: садові ділянки мають 15% “жебраків” і 37% “голодних”.

Тим, хто веде найбідніші стилі життя, бракує багатьох речей тривалого користування. Зокрема, 64% “голодних” заявили, що їм бракує хороших меблів. Зрозуміло, що люди з різних груп достатку по-різному розуміють слово “хороші меблі”. Але навряд чи найбідніші вкладають у це слово щось недосяжне. У “голодних” із меблями ситуація дещо краща, ніж у “голодних”, та все одно напружена. 37% з них відповіли, що їм не вистачає хороших меблів.

Ясна річ, у цих людей немає й грошового ресурсу. На запитання “Чи вистачає Вам заощаджень, які б підтримали Ваш добробут хоча б упродовж року в разі тяжкої хвороби, безробіття, майнових збитків?” 100% “голодних” і 94% “жебраків” відповіли негативно.

Якщо й далі аналізувати найскромніші стилі життя, виявиться, що люди з малим достатком змушені обмежувати себе в усіх сферах споживання. 79% з-поміж “голодних” бракує необхідного одягу, лишень 38% із них мають пральну машину, а кольоровий телевізор мають 62% із тих, хто веде стиль життя “голодних”. Це також ознака часу. Телевізор перемістився до найнеобхідніших речей людини, навіть важливіших за пральну машину.

Це показники їхніх, так би мовити, речових обставин, в яких розгортається відповідний стиль життя. Але з ними, на жаль, коре-

люють інші характеристики життя цієї групи людей. Більшості з них бракує знання того, як жити в сучасному суспільстві — 54% серед “голодних” і 55% серед “жебраків”. У зв’язку з цим постає цілком логічне діалектичне запитання — що є причиною, а що наслідком? Людина не може гідно впоратись із життям тому, що їй бракує знання того, як жити в сучасному суспільстві, чи від того, що злидні так її придавили, що вона не може опанувати знань, необхідних для сучасного суспільства?

Представники групи найнижчих життєвих стилів обмежені у багатьох сферах людської життєдіяльності. З різних причин 86% носіям стилю “голодних” і 48% стилю “жебраків” не вистачає можливості мати додатковий заробіток. 79% “голодних” і 52% “жебраків” не можуть повноцінно провести своє дозвілля. Для порівняння зазначимо, що у “заможних” цей показник дорівнює 26%, а у “благополучних” — 32%. Тим, хто веде ці стилі життя, також бракує можливості повноцінно провести відпустку — для 93% “голодних” і 57% “жебраків”. Серед “голодних” жоден із опитаних не відповів позитивно на це запитання, а серед “жебраків” — тільки 4%.

Люди, що ведуть такі стилі життя, не мають належного ресурсу й у сфері людських відносин, у сфері соціального капіталу. Майже третина “голодних” є одинаками, а серед “жебраків” одинаки становлять 44%. Їхнє життя сповнене тривоги, страхів, негативних переживань. Вони більше за інших бояться зростання цін, невиплати зарплати, голоду і холоду в квартирі. Жоден із “голодних” не задоволений своїм життям, а серед “жебраків” лише 17% сказали, що вони радше задоволені своїм життям.

Найпоширенішими сьогодні в суспільстві є два стилі споживання — “вистачає тільки на продукти харчування” — 33% опитаних; і “в цілому вистачає на прожиття” — 40%, тобто “бідні” і “скромні”. Ще 21% громадян ведуть такий стиль споживання, за якого “вистачає на все необхідне, але немає можливості робити заощадження” — “благополучні”. Тобто ці три стилі споживання охоплюють переважну більшість населення — 94%. Але вони є стилями споживання бідних людей, місячний рівень доходів яких коливається, за їхніми самооцінками, у межах від 650 до 1050 грн у 2008 році. У доларовому еквіваленті на час опитування це дорівнювало від 129 до 208 доларів, тобто від 4 до 7 доларів на день. Але ці показники не передають всієї складності життя, адже при

цьому слід враховувати невинне зростання інфляції та долара, який щоденно дешевшає (але до якого досить міцно прив'язана українська грошова одиниця). За 2007 рік інфляція перевищила 12%. А 2008 року інфляція почала зростати ще стрімкіше і за перші півроку сягнула майже 15%. Тож за цих умов дуже важко оцінювати реальний рівень життя населення та окремих його груп.

Співвідношення стилів споживання помітно відрізняється залежно від місця проживання їхніх носіїв. Особливо помітно відхиляється від середніх показників по країні Київ. Так, у столиці питома вага людей, яким вистачає лише на продукти харчування, тобто тих, хто, за нашою класифікацією, веде “бідний” стиль життя, дорівнює 16%, тоді як у великих містах — 31%, у невеликих містах — 32%, у селах — 38%. Натомість тих, кому “вистачає на все необхідне, але немає можливості роботи заощадження” (“скромний” стиль життя), у Києві проживає 44%. До речі, сьогодні це наймасовіший стиль життя. Його ведуть 38% жителів великих міст, 40% жителів невеликих міст і 36% селян. Відмінності у стилях споживання киян корелюють із їхніми значно більшими доходами порівняно із нестоличними жителями. За самооцінками, у киян місячний дохід на одного члена сім'ї становить 1434 грн, а у мешканців села — 692 грн (згадаємо, що середній по країні — лише 867 грн, а середній дохід “багатих” дорівнює 1444 грн, тобто майже стільки, скільки середній дохід на одного члена київської сім'ї).

Емпіричними показниками цих стилів споживання, як уже зазначалося, виступає наявність у сім'ї ресурсної бази — житла, заощаджень, товарів тривалого користування. Переважна більшість носіїв “бідного”, “скромного” і “благополучного” стилів споживання мають такий важливий ресурс як житло. Тільки 2–4% з них живуть у гуртожитках і комунальних квартирах. Найбільш точними знаками, характерними для того чи того стилю споживання, є предмети тривалого вжитку, які з'явилися в продажі останніми роками, тобто технологічно нові товари та меблі. Наприклад, стерео- і відеоапаратура є у 22% сімей, які ведуть “бідний” стиль споживання, яким “вистачає тільки на продукти харчування”, у 37% сімей, що ведуть “скромний” стиль споживання, і у 53% сімей, що ведуть “благополучний” стиль споживання. Така ж тенденція спостерігається щодо наявності у сім'ях пральних машин. Вони є у 71% сімей, що ведуть перший тип наведених вище стилів

споживання, у 83% сімей із другим типом стилів споживання й у 87% сімей із третім типом стилів споживання. Ще одним новітнім показником стильового споживання є наявність у сім'ї комп'ютера. Вони є відповідно у 16%, 30% і 45% сімей. Пральні машини, кухонні комбайни, холодильники, телевізори, комп'ютери, фото- і відеокамери, відео- і музичні центри тощо населення купує, як правило, у магазинах як нові товари.

Останнім часом у країні значно побільшало автомобілів. Якщо у 1994 році 20% опитаних заявили, що у них є легковий автомобіль, то у 2008 році — 29%, а серед киян — 32%. Наявність автомобіля суттєво змінює стиль життя як окремої людини, так і сім'ї в цілому. Легкові автомобілі (про їхню якість скажемо далі) стали доступними багатьом верствам населення. У тому числі кількість їх значно зросла у тих групах населення, які ведуть навіть “бідний” і “скромний” стиль споживання, а про “благополучних” годі й казати. Так, у 2008 році заявили про наявність у них автомобіля 16% “бідних”, 31% “скромних” і 42% “благополучних”.

Стильово-показовою є наявність у сім'ї нових (або гарних, добротних, красивих) меблів. Їх мають 8% сімей першого типу стилю споживання, 23% сімей другого типу і 36% сімей третього типу. Можливо, що відповіді на це запитання найточніше віддзеркалюють ситуацію в країні зі споживанням, оскільки у самому запитанні звертається увага на якість товару (нові, гарні, добротні, красиві меблі). Якщо не вводити критерій якості, то в одну рубрику потрапляють якісні, престижні й неякісні, вторинні, ті, що вже були в користуванні, товари. Наприклад, у нашому моніторингу 2003 року було запитання: “Товари якого виробництва впродовж останніх 12 місяців споживали Ви та Ваша сім'я?”. 30% громадян зазначили тоді, що вони споживають промислові товари переважно вітчизняного виробництва, 14% — промислові товари переважно зарубіжного виробництва, а 22% — і ті, і ті. Ці відповіді прояснюють лише один аспект — якого походження споживані товари, але ми нічого не знаємо про їхню якість.

Можна висловити припущення, що серед споживаних імпортованих товарів значною є частка ненових товарів. Адже, як ми переконалися вище, у більшості населення України матеріальні можливості для престижного споживання і споживання дорогих імпортованих товарів досить обмежені. Багато хто мусить купувати дешеві, не-

якісні товари китайського, турецького виробництва, товари “секонд хенд”, особливо одяг й автомобілі. Про високий попит на такі товари свідчить принаймні той факт, що з ініціативи уряду Верховна Рада України влітку 2005 року ухвалила закон, який дозволяє ввозити до країни автомобілі не п’ятирічного віку, а на три роки старші. Такий характер споживання формує специфічні стилі споживання. По-перше, це імітація стилів життя середніх класів розвинених західних країн. Тобто у цих стилях життя начебто присутні елементи стилів життя західних середніх класів, але за якістю ці елементи суттєво відрізняються. По-друге, такі стилі — це багатоманіття у бідності споживання, різноманітність стилів виживання.

Проте існують такі види споживання, які технологічно не поділяються на якісні й неякісні. Особливо це характерно для товарів і послуг, що ґрунтуються на інформаційних технологіях. Так, користування мобільним телефоном чи комп’ютером, цифровим фотоапаратом вводить споживача в практично однорідний простір споживання. Відмінності послуг за ціною здебільше полягатимуть у кількості функцій, які забезпечує той чи той товар. Поширення товарів і послуг, ґрунтованих на інформаційних технологіях, залучає користувачів навіть із бідних і відсталих країн до нових стилів споживання. Хоча, звісно, цей окремий фрагмент стилю споживання, який потрапляє у систему стилів виживання, принципово не змінює системи життєдіяльності особистості. Втім, не помічати експансії нових стильових елементів споживання також не можна.

Для ілюстрації нових тенденцій, що видозмінюють стилі споживання і навіть спосіб життя населення України, ми розглянемо поширення мобільного зв’язку.

Якщо говорити про спосіб життя населення України, то поліпшення телефонного зв’язку, мабуть, є одним із небагатьох показників, що відрізняє у кращий бік побут широких верств населення в останні роки. Це виявляється у тому, що значно розширилися послуги телефонного зв’язку — збільшилася кількість звичайних телефонів і, особливо, мобільних. У 2008 році 63% респондентів відповіли, що вони користувалися звичайним телефоном в останні тридцять днів. Високий рівень телефонізації мають мешканці міст. 71–74% із них користувалися цим видом зв’язку в останній місяць. Сільські жителі поки помітно менше користуються звичайним телефоном. Таких, хто скористався звичайним телефоном, серед них було 42%.

Революційні зміни у зв'язок вніс мобільний телефон, якісно змінивши можливості контактів людей. Його наявність забезпечує людині постійний контакт із бажаним абонентом практично в будь-якій точці планети й у будь-який час. Це формує принципово новий стиль життя людини у змістовому (а не символічному плані, про що йтиметься далі), значно підвищує ефективність її діяльності у різних сферах життя, заощаджує час. Хоча одночасно збільшує її залежність від інших людей, суттєво інтенсифікує опосередковане спілкування, розширює коло спілкування тощо. Усе це веде до збільшення її розумового й емоційного навантаження.

Коли мобільний телефон лише з'явився, він, крім інших функцій, виконував символічну, маркувальну функцію і в цьому плані виступав як один із стрижнів нового стилю життя особистості. Коли мобільних телефонів було мало і вони коштували дорого, вони одночасно зі своїми прямими функціями як приладів зв'язку виконували маніфестаційну функцію, демонстрували високий соціальний статус, належність до вищих верств суспільства.

В Україні кількість абонентів мобільного зв'язку на травень 2008 року становила 55 млн 105 тис., тобто більше за все населення країни [9]. Це свідчить про швидке їх зростання і неабияку поширеність. Вони вже переважно виконують роль приладу зв'язку. Причому багато людей мають по кілька мобільних телефонів, а є ще й такі, хто їх не має. Саме цей факт і засвідчує відмінності між статистикою абонентів мобільних телефонів і кількістю людей, які під час опитування вказали, що користуються мобільним зв'язком. Аналіз відповідей на запитання анкети моніторингу засвідчує також, що "мобілка" сама по собі вже не виконує демонстраційно-споживацької функції. Так, на запитання анкети "Чи плануєте Ви найближчим часом стати абонентом мобільного зв'язку?" 9,5% опитаних відповіли, що у них немає такої можливості. Ми не знаємо причини цього — чи немає матеріальних можливостей, чи з технічних причин людина не може стати абонентом мобільного зв'язку (адже територія країни поки не на сто відсотків покривається мобільним зв'язком). Та якщо зіставити середній дохід сім'ї у тих, хто має мобільний телефон, і тих, хто не має можливості стати абонентом мобільного зв'язку, виявляється, що у перших дохід на одного члена сім'ї дорівнює 951 грн, а у других — лише 611 грн. Це корелює з іншим показником — із самооцінкою добро-

бути сім'ї. Серед респондентів, що ведуть стиль життя “жебраків”, таких, хто не має можливості стати абонентом мобільного зв'язку, 36%, а серед представників “багатих” взагалі немає таких, хто позбавлений можливості купити мобільний телефон. Тобто люди не мають змоги стати абонентами мобільного зв'язку першою чергою через свою бідність. Другою причиною є технічні можливості. У міських жителів більші технічні можливості використовувати і стаціонарний, і мобільний телефони, а багато сільських жителів за технічними умовами (в селі немає дротового телефонного зв'язку або обмежені можливості його установки) обмежені у цьому плані. Тому міські жителі тепер широко користуються двома видами телефонів — звичайним і мобільним, бо кожен із них виконує функції, які часто не збігаються. Частки тих, хто користується і звичайним, і мобільним телефонами, наприклад, серед киян становлять 89% і 86% відповідно, а серед мешканців села — лише 42% і 61%. Ознакою часу стало те, що серед сільських мешканців значно більше користувачів мобільними телефонами, ніж стаціонарними, а в містах їх майже порівну.

Як бачимо, мобільний телефон надзвичайно стрімко ввійшов у побут значної частини населення і вже не є “маркером”, що диференціює стилі життя населення. Роль “мобілки” як символу достатку й суспільної “просунутості” перемістилася з факту його наявності у власника в його ціну, “навороченість”. Хоча зараз для кожного десятого мобільний телефон ще недоступний і така ситуація ізолює цих людей від можливості вести бажаний стиль спілкування і споживання, підгрунтя цієї диференціації становлять майнові, доходні відмінності, рівень життя сімей.

Отже, аналіз споживання товарів повсякденного користування показує, що в нашій країні також формується суспільство споживання. Це виявляється в тому, що значна частина суспільства сприйняла західні цінності споживання, орієнтується на них. Надлишковість наявних товарів сприймається людьми позитивно, що можна пояснити як реакцію на багаторічний дефіцит “ширпотребу” за радянських часів. У цьому явищі поки не увиразнився зворотний бік — нескінченність гонитви за дедалі новими зразками, які пропонує реклама, та небезпека надексплуатації заради задоволення нав'язаних потреб. Здебільшого люди переживають дискомфорт від того, що не можуть задовольняти нормальних,

здорових потреб щодо речей тривалого користування, бо ці речі є на прилавках, але у них немає за що їх придбати. Ці особливості способу життя українського суспільства породжують специфіку його стилів споживання. По-перше, це стилі споживання бідного населення. По-друге, оскільки населення не має достатнього ресурсу для широкого вибору варіантів споживання, то й стильове розмаїття споживання обмежене. По-третє, наявні у нас стилі споживання переважно мають наслідувальний характер західної моди, західних брендів товарів і послуг.

Література

1. Див., напр.: *Неклесса А.* Мир Игры, или Четыре монолога о сценографии после современности // Знамя. — 2004. — № 11. — С. 76–86.
2. Див., напр.: *Legutko R.* Society as a Department Store // *Legutko Ryszard.* Society as a Department Store: Critical Reflections on the Liberal State. — L., 2002; *Голенко Ж.* Мир — супермаркет, ты — продукт. В лучшем случае — покупатель // Вопросы литературы. — 2007. — № 2. — С. 39–43; *Бьюмонд М.* Мир как универсальный магазин: утопия и политика потребления в конце XIX века // Новое литературное обозрение. — 2005. — № 70. — С. 56–62; *Уэльбек М.* Мир как супермаркет. — М., 2003.
3. *Бегбедер Ф.* 99 франков. — М., 2003.
4. *Бодрийяр Ж.* Прозрачность зла. — М., 2000.
5. *Мостовой П.* Есть ли будущее у общества потребления? — <http://polit.ru/lectures/2005/12/01/mostovoi.html>
6. *Усманова А.* “Критические интеллектуалы” и культурная политика в эпоху глобализации. — <http://www.gap.lt/kpge>
7. Українці заборгували 424 мільярди. — <http://pravda.com.ua/news/2008/6/27/78105.htm>
8. *Осадчая Г.И.* Стиль жизни молодых горожан: трансформация и региональная дифференциация // Социологические исследования. — 2002. — № 10. — С. 88–94.
9. <http://media.mabila.ua/ru/news/analytics/2008/06/19/11340.html>.

РОЗДІЛ 11

СТИЛЬОВЕ РОЗМАЇТТЯ ВІДПОЧИНКУ

Стильове розмаїття відпочинку — це відносно новий в історичних рамках соціальний феномен. Він так само новий, як і сучасне розуміння відпочинку.

Що таке відпочинок? На це не можна відповісти одразу, без уточнювальних запитань. Як правило, відпочинок визначається через свою протилежність — працю, роботу чи зайнятість. В юриспруденції відпочинок визначають як час, вільний від роботи. Тобто тут поняття відпочинку визначається тільки щодо тих осіб, які мають офіційний статус працівника. І воно не підходить для тих категорій людей, життя яких проходить поза сферою офіційної зайнятості. Хоча і їхній спосіб життєдіяльності потребує такої форми життєвиявлення, як відпочинок.

Поняття відпочинку залежить і від того, в яких інтервалах часу ми розглядаємо працю, роботу чи зайнятість людини. Отже, про що йдеться? Про відпочинок у процесі виконання конкретної роботи, скажімо, копання траншеї, обслуговування покупців у магазині, керування літаком, підготовки статті чи прибирання квартири? В такому разі відпочинок ми розумітимемо як зупинку через певний період від початку роботи для поповнення фізичних сил, як невелику перерву для психологічної релаксації.

По-іншому буде витлумачене поняття відпочинку, якщо ми матимемо на увазі повний трудовий день, а точніше — добу. В цих часових рамках відпочинок не зводиться до суми перерв у роботі,

а включає окремих відрізок добового часу поза роботою. Зазвичай такий відпочинок називають щоденним.

Відмінним від останнього буде розуміння відпочинку у тому випадку, коли йдеться про відпочинок упродовж повного тижня — до нього ввійдуть робочі і вихідні дні. І, звісно, абсолютно інше поняття відпочинку буде, коли йтиметься про повний календарний рік. В останньому випадку у наш час під відпочинком першою чергою розумітиметься річна відпустка офіційно зайнятих осіб.

Заглиблюючись в аналіз феномена відпочинку, неважко переконатися, що він має різний сенс для людей різних епох, культур і релігій і навіть для людей однієї епохи, культури й релігії, але які належать до різних соціальних і соціодемографічних груп. По-різному виглядає відпочинок для школяра, для студента, для найманого працівника, для непрацюючого пенсіонера, для самозайнятого, домогосподарки, безробітного і роботодавця. Найважче визначити, що можна віднести до явища щорічного відпочинку непрацюючого пенсіонера, домогосподарки, безробітного, бо вони не прив'язані до річного офіційного трудового циклу. До речі, згаданим вище категоріям офіційно незайнятих людей відпочинок потрібен у тих самих часових циклах, що й зайнятим — протягом дня, тижня, в святкові дні та щорічний тривалий організований відпочинок. У деяких країнах цю потребу починає визнавати і держава. Так, у 2006 році Конституційний Суд Російської Федерації визнав необхідним компенсувати з боку держави витрати на оплату вартості проїзду пенсіонерам, які є отримувачами трудових пенсій за старістю і за інвалідністю та які проживають у районах Крайньої Півночі і прирівнюваних до них місцевостях, до місця відпочинку на території Російської Федерації і назад.

Навіть цих міркувань поки достатньо, аби зрозуміти, що відпочинок — це складне, багатогранне соціальне і культурно-історичне явище. За різних епох, суспільств і культур воно наповнюється різним смислом і значенням. Одне безперечно — відпочинок є одним із елементів такого соціального явища, як стиль життя людини. З одного боку, специфіка відпочинку виступає характерною рисою стилю життя, а з іншого — стильове розмаїття відпочинку людей може бути предметом самостійного наукового аналізу. Ми розглянемо лише відпочинок у наш час за реалій українського суспільства і зосередимо увагу на його стильових відмінностях.

Крім сказаного, слід звернути увагу й на те, що через свою складність і багатогранність феномен відпочинку по-різному подають в різних наукових дисциплінах. В одних науках предметом вивчення стає процес відновлення фізичних і психічних сил, в інших увагу зосереджують на його особистісно-розвивальних функціях, у третіх — на емоційно-релаксаційних. До того ж різні науки використовують близькі, але все одно різні поняття — вільний час, дозвілля, рекреація, святкування, потіха. В деяких аспектах ці поняття накладаються одне на одне. Проте кожне з них має власний конкретний сенс.

Найважливішою характеристикою стилю життя українських громадян є те, що переважна частина їх упродовж року не має відпочинку як тривалого у часі, специфічного, медично обгрунтованого, рекреаційного способу поведінки.

У відпочинок як спеціальну форму життєдіяльності особи ми вкладаємо відмінну від повсякденної поведінку, пов'язану з фізіологічним відновленням сил, психоемоційним розвантаженням і релаксацією, вільним спілкуванням, пізнавальною діяльністю. Сюди входять оздоровчі процедури, перебування на повітрі, на природі, прогулянки, екскурсії й туристичні подорожі, відвідування розважальних закладів, спілкування з родичами і друзями тощо.

Аналіз даних моніторингу 2008 року показує, що значна частина дорослого населення країни з різних причин в річному часовому циклі не має відпочинку, не має відпустки. Про це заявили 38% громадян, відповідаючи на запитання: "Як Ви відпочивали, провели більшу частину своєї відпустки, канікул у минулому році?" Велику частину серед них становлять пенсіонери. 67% непрацюючих пенсіонерів відповіли, що вони не мали відпустки. На жаль, у нашій країні переважна більшість пенсіонерів не має відпочинку як якісно специфічного відрізка річного часу, який був би організований як дозвілля, пізнавальна й оздоровча життєдіяльність. Простіше кажучи, переважна частина українських пенсіонерів не має можливості провести відпочинок у санаторії, будинку відпочинку, в курортному місці, в туристичній подорожі.

Утім, не лише пенсіонери залишаються поза організованим відпочинком. Половина (рівно 50%) самозайнятих, тобто тих, хто в основному веде дрібний бізнес, також не мали відпустки. Серед найманих працівників також чимало таких людей — 38%.

Відпочивали за путівкою, курсівкою — 4%, 8% респондентів відпочивали в курортному місці без путівки. І ще 1% громадян відпочивав за кордоном. Таким чином, близько 13% людей виїзджали зі свого місця проживання для відпочинку й оздоровлення.

Ці дані конкретизуються даними Омнібуса Інституту соціології НАН України, проведеного 2006 року. Зокрема, відповіді на запитання: “Де Ви бували впродовж останніх 12 місяців, крім населеного пункту, в якому постійно проживаєте?” показали, що 0,4% громадян були впродовж року за кордоном на відпочинку, у відпустці. Ще 1,3% гостювали за кордоном, лише один респондент зазначив, що він був за кордоном на лікуванні. Ця додаткова інформація свідчить щонайменше про дві речі. По-перше: на відпочинку, на лікуванні за кордоном буває мізерна частка наших громадян. По-друге, до тих верств, значна кількість представників якої буває на відпочинку й лікуванні за кордоном, соціологам дістатися значно важче, ніж до всіх інших.

В анкеті Омнібуса—2006 містилося твердження, щодо якого респонденти мали відповісти згодою чи незгодою. Зокрема, слід було висловити своє ставлення до такого речення: “У мене є можливість відпочивати за кордоном”. 71% опитаних відповіли, що вони зовсім не згодні, ще 15%, радше не згодні з цим. Згодних було 2%, а радше згодних — 3%. Ця позиція анкети дещо розширює наші уявлення стосовно відпочинку українських громадян. Вона не фіксує факту перебування респондента за кордоном, а лише уточнює його можливості. Адже можливості можуть і не реалізуватися з різних причин. На нашу думку, ці відповіді точніше передають реальні наміри і можливості населення.

Як показують дані моніторингу 2008 року ближче до категорій населення, які організовано проводять відпустку, за змістом проведення відпочинку стоять ті, хто їздив відпочивати до родичів. Питома вага їх становить 10%. Потім ідуть ті, хто відпочивав за містом, на дачі. Таких 7%. Звісно, відпочинок цих людей поєднується із доглядом за городом і садом. Для декого це, по суті, спосіб поповнення домашнього господарства овочами і фруктами, тобто свого роду додаткова робота. Але якщо навіть і дачників включити до відпочивальників, все одно виходить не густо — додається ще 17%. Тобто в сукупності всі, хто мав відпочинок під час відпустки, хто відпочивав поза домівкою, становлять 30%.

Решта населення не мала якісного відпочинку. 25% громадян нікуди не їздили, провели відпустку вдома, займалися хатніми справами. Ще 5% під час відпустки додатково працювали. 35% заявили, що не мали відпустки.

Це дані опитування 2008 року. Щоб зрозуміти динамку змін у сфері відпочинку населення України, зіставимо наведені дані із даними 1992 року. Це порівняння демонструє, що за останні 17 років рекреаційна якість стилю життя населення істотно погіршилася. У 1992 році поза домівкою відпочивало 44% населення. Передовсім за ці роки поменшало тих, хто відпочивав за путівками — із 12% до 4%, тобто втричі. Це пов'язане з розвалом системи профспілкових оздоровниць, руйнуванням соціальних служб підприємств, які мали власні будинки і бази відпочинку, зі збідненням населення. Також помітно скоротилася частка тих, хто під час відпустки їздив відпочивати, гостювати до родичів, знайомих — з 16% до 10%. Особливо тривожним фактом є те, що за цей період утричі побільшало тих, хто не мав відпустки — від 11% до 38%.

Для повноти порівняння наведемо також дані про відпочинок населення в інших країнах. На жаль, вони не на користь України. Так, у Франції законом встановлено оплачувану відпустку 5 тижнів. А проводять відпустки поза домівкою 69% населення [1].

Зрозуміло, що населення України не в захваті від наших реалій. У моніторингу респонденти мали змогу дати узагальнену відповідь щодо можливості повноцінно проводити відпустки. І ця інформація свідчить, що попри різні уявлення про відпочинок, про спосіб проведення відпустки 54% зазначили, що їм бракує можливості повноцінно проводити відпустку. Привертає увагу те, що більше тих, кому не вистачає повноцінної відпустки, серед молоді та людей середнього віку — по 58%. Проте і серед людей, старших за 55 років, також чимало тих, хто не може повноцінно провести відпустку — 45%. Найбільше тих, хто може повноцінно відпочити, серед молоді — 20%, а найменше — серед людей старшого віку — 13%. Щоправда, серед людей старшого віку багато хто відповів, що їх це не цікавить: 28%. Це можна пояснити тим, що значна частина цієї категорії людей перебуває на пенсії і їх насправді не цікавить повноцінна відпустка в типовому розумінні її молоддю й людьми середнього віку.

Серед освітніх груп вирізняється своєю оцінкою можливостей повноцінного відпочинку група із початковою і неповною середньою освітою. По-перше, серед представників цієї групи найменше тих, кому не вистачає повноцінної відпустки — 45%, тоді як серед осіб із середньою загальною освітою таких 60%, а з вищою освітою — 58%. Крім того, в групі з початковою і неповною середньою освітою найбільше тих, кого питання повноцінного відпочинку не цікавить — 28% (а серед людей із вищою освітою таких лише 5%).

Помітною є різниця в оцінках можливості проведення повноцінного відпочинку жителями різних типів населених пунктів. Найбільше тих, у кого є можливість повноцінно проводити відпустку, проживають у Києві. Таких у нашому дослідженні 24%. А найменше задоволених своїми можливостями повноцінно відпочити в селах — 11%. А от незадоволених багато в усіх типах поселень. У Києві таких 48%, у великих містах — 54%, у невеликих містах — 51%, а в селах — 57%.

Менші можливості в повноцінному відпочинку мають жінки, ніж чоловіки. Серед жінок більше тих, хто не має можливості повноцінно проводити відпустку — 55% (серед чоловіків — 52%). І серед жінок менше, ніж серед чоловіків, тих, кому вистачає повноцінної відпустки — 14% і 21%.

Якими є головні причини такого стильового розмаїття відпочинку українських громадян?

Найвагомішою причиною, що впливає на вибір форми відпочинку, є майновий стан сім'ї, рівень доходів на одного члена сім'ї, наявність коштів. Про це свідчать відповіді респондентів на запитання, яке ми ставили в Омнібусі Інституту соціології НАН України у 2006 році: “Що з наведеного заважає Вам повноцінно відпочивати та розважатися?”. 73% відповіли: “Дефіцит власних коштів”. Причому цей чинник є основним у всіх вікових групах. Найбільша частка назвала його в середній віковій групі — 78%. Очевидно, що саме ця вікова група є відповідальною за матеріальне становище членів сім'ї як молодшої вікової групи, так і старшої. Тому людям у цьому віці доводиться жертвувати своєю відпусткою, щоби задовольнити потреби молодших і старших членів сім'ї. Але і серед молоді багато тих, хто вказав, що основним бар'єром, який заважає їм повноцінно відпочивати, є дефіцит коштів. Таку від-

повідь дали 75% респондентів віком до 30 років. Проте далеко не всі люди старшого віку мають можливість спиратися на допомогу молодших, щоб організувати собі повноцінний відпочинок. Для цього не мають коштів 64% людей старшого віку.

Цікаво, що найчастіше на відсутність коштів як причину неможливості проведення повноцінного відпочинку вказували кияни — 75%, а найрідше — жителі села (71%). Це, мабуть, пояснюється тим, що кияни як найбільш забезпечені висувають більші вимоги до якості відпочинку, до місця можливого проведення відпустки.

Наступною причиною, що заважає повноцінно відпочивати, є брак вільного часу. На це вказали 27% респондентів. Можна припустити, що брак часу характерний для тих людей, які перевантажені на роботі. Ми перевірили це припущення. На запитання “Якою мірою Ви зазвичай навантажені роботою та повсякденними зобов’язаннями?” 13% відповіли, що “перевантажені понад міру”, ще 26% сказали, що “трохи перевантажені”. Решта навантажені або в міру, або навіть не завантажені. У процесі аналізу було з’ясовано, що саме дві групи “перевантажених” респондентів найчастіше відповідали, що їхньому повноцінному відпочинку заважає зайнятість. Так відповіли 43% тих, хто перевантажений понад міру, і 39% тих, хто трохи перевантажений.

Перевантаження роботою сьогодні є поширеним явищем [2]. У сфері праці відбулися суттєві зміни, зокрема й щодо тривалості робочого дня працівників, контролю за дотриманням трудового законодавства. Практично на всіх підприємствах і в установах працівники працюють понад встановлену восьмигодинну норму. Вони часто працюють у вихідні. Користуючись тим, що у працюючих низькі заробітні плати, роботодавці, вдаючи, що вони розуміють ситуацію своїх підлеглих, пропонують заробити додатково, попрацювати понадурочно, у вихідні. За цим криється надексплуатація працівників, абсолютна бездіяльність профспілок, відсутність державного контролю за дотриманням трудового законодавства. Утім, трудові перевантаження не завжди виявляються в таких привабливих формах. Нерідко роботодавець ставить працівнику умову — або ти не йдеш у відпустку, або звільняйся.

Від перевантаження страждають також ті, хто займається приватним підприємництвом та індивідуальною трудовою діяльністю. Порівняно з іншими категоріями працівників саме серед них, а

також серед військовослужбовців найбільше тих, хто заявив, що вони перевантажені понад міру і трохи перевантажені. Серед приватних підприємців перевантажених 78%, серед “індивідуалів” — 53%, а серед військовослужбовців — 57%.

Від дефіциту часу рівною мірою страждає відпочинок молоді й людей середнього віку — по 34%. Проблема вільного часу у старшій віковій групі не є такою актуальною, як у інших. У цій групі лише для 13% перешкодою до повноцінного відпочинку є відсутність вільного часу.

На відсутність вільного часу як бар’єр повноцінного відпочинку скаржаться люди із першим ступенем вищої освіти (35%), з вищою освітою (32%). Меншою мірою цю причину називають люди з початковою і неповною середньою освітою — 18%.

Зайнятість заважає відпочивати кожному третьому киянину, тоді як це є причиною тільки для 24% жителів малих міст і 28% жителів великих міст і сіл.

Отже, надмірне трудове навантаження, понадурочна робота, робота за сумісництвом, додатковий підробіток, висока зайнятість побутовими справами деформує спосіб життя людини, у тому числі обмежує її можливість реалізувати щорічні відпустки.

На третьому місці серед чинників, що негативно впливають на повноцінний відпочинок, стоїть стан здоров’я. Цю причину назвали 17% опитаних. Але, як і слід було очікувати, цей чинник є особливо значущим для людей старшого віку. Якщо цей чинник назвали перешкодою повноцінному відпочинку 2% молоді, то серед людей старшого віку він виявився важливим аж для 35%. Він також помітно відрізняє чоловіків і жінок: дієвим є для 13% чоловіків і 21% жінок.

Кожному десятому громадянину України заважає повноцінно відпочивати якість послуг, що їх надають відповідні установи.

Таким чином, найважливішою, головною причиною, що заважає людям повноцінно проводити відпустку і розважатися, є дефіцит у них коштів. Тобто для більшості, а точніше для 78% справедливим є твердження: чим вище рівень добробуту людини, тим більш комфортно і змістово вона проводить відпустку.

Щоб перевірити й конкретизувати цей висновок, звернімося до аналізу відпочинку груп, що відрізняються рівнем достатку. Для цього скористаймося розподілом населення за самооцінками матеріального становища сім’ї, який використовували в моніто-

рингу Інституту соціології НАН України за 2008 рік. У ньому є два запитання, що визначають матеріальне становище сім'ї. Перше запитання пропонує респондентам загалом оцінити матеріальне становище своєї сім'ї, а друге — оцінити матеріальне становище сім'ї в останні 2–3 місяці. Кожне з цих запитань передбачає різні шкали оцінювання. Для відповідей на перше запитання пропонується чотири позиції — злиденне, бідне, середнє і заможне, а на друге — сім позицій, у яких оцінка дається через наявність харчів, коштів на прожиття, заощадження.

Розглянемо відповіді за першим варіантом. Своє матеріальне становище в цілому 4% наших співвітчизників вважають злиденним, 39% — бідним, 56% — середнім, 0,5% — заможним. 59% тих, хто характеризує свій матеріальне становище як злиденний, не мали відпустки, 24% із них провели відпустку вдома, займалися домашніми справами, 5% під час відпустки додатково підробляли. Не краща ситуація з відпусткою у тих, хто вважає себе бідним. 3-поміж них 48% не мали відпустки, 25% провели відпустку вдома, займалися домашніми справами і 5% під час відпустки додатково працювали.

Більш сприятливою у плані відпочинку є ситуація у “середняків”. 3-поміж них тільки 29% не мали відпустки. Провели відпустку вдома, займалися домашніми справами і додатковою роботою практично стільки ж представників цієї групи, скільки і з групи злиденних і бідних — 26% і 5% відповідно. У цій групі вже помітно більше тих, хто відпочивав за путівкою — 4%, у курортній місцевості — 10%, за містом, на дачі — 8%, їздив відпочивати, гостювати до родичів — 13%, тобто в цій групі вже понад третину складу мали відпустку. Зрештою, в групі заможних привертає увагу той факт, що тут більше, ніж у “середняків”, тих, хто взагалі не мав відпустки: 44%, тобто на 15% більше, ніж у попередній групі. Це можна пояснити тим, що в групі заможних великою є частка людей, які займаються великим і середнім бізнесом, а цей вид діяльності нерідко вимагає постійної присутності працівника на робочому місці, точніше — постійного залучення в поточні справи. Тому заради успіху в бізнесі вони жертвують своєю відпусткою.

Найразючіші відмінності в способі проведення відпочинку демонструють ті групи людей, які відносять себе до жебраків і бідних. Отже, 59% жебраків і 48% бідних взагалі виключені з такої форми

рекреаційної життєдіяльності, як щорічний відпочинок. Це свідчить про катастрофічну ситуацію, в якій перебуває значна частина населення України, якщо зважати на те, що до жебраків і бідних себе відносять 43% опитаних.

Ці ж тенденції підтверджують відповіді за другим варіантом визначення матеріального становища сім'ї за останні 2–3 місяці. Відповіді на це запитання також показують, що чим вище категорія добробуту сім'ї, тим більше в ній тих, хто відпочивав за путівками або в курортному місці. Взагалі жоден із тих, хто визначає становище своєї сім'ї як “часто не маємо грошей та харчів — інколи жебракуємо” не відпочивав. Вони або не мали відпустки (79%), або займалися під час відпустки додатковою роботою (7%), або провели відпустку дома, займалися домашніми справами (21%). Серед тих, кому “не вистачає продуктів харчування — іноді голодуємо”, лише один респондент відповів, що він відпочивав за путівкою, двоє відпочивали за містом, один їздив відпочивати, гостювати до родичів. Трохи краща ситуація з відпочинком у групі, що визначає своє матеріальне становище як “вистачає тільки на продукти харчування”. 2% із них відпочивали за путівкою, 5% відпочивали в курортному місці, ще 5% — за містом, на дачі, 9% їздили відпочивати, гостювати до родичів, знайомих. Але й у цій групі дуже багато тих, хто не мав повноцінної відпустки. Кожен четвертий із них провів відпустку вдома, займався домашніми справами, 4% під час відпустки додатково працювали, а 47% взагалі не мали відпустки.

Серед тих, кому “вистачає в цілому на прожиття”, 30% відпочивали у різній формі, але 68% під час відпустки практично не відпочивали. Серед тих, хто визначає своє становище як “вистачає на все необхідне, але нам не до заощаджень” — 25% відпочивали за путівкою або в курортній місцевості, 2% відпочивали за кордоном, ще 9% — за містом, 13% їздили відпочивати до своїх родичів. Отже, в цій майновій групі вже половина під час відпустки мала відпочинок.

Група зі статком, вищим за середній, тобто яка позиціонує себе словами “вистачає на все необхідне, роблять заощадження”, має ще кращі показники щодо відпочинку, ніж попередня. У цій групі 4% відпочивали за кордоном, 7% — за путівкою, 13% — в курортній місцевості, 7% — на дачі, 14% — у гостях. Але в цій групі

найбільше людей, які під час відпустки займалися додатковою роботою — 9%. Цей показник потребує уточнення. Необхідно з'ясувати, що це за додаткова робота. Серед них чверть провели відпустку вдома, а 20% — це ті, хто не мав відпустки взагалі.

Про найзаможнішу групу, що живе у повному достатку, не можна сказати щось впевнено, оскільки до неї потрапило лише 8 респондентів. Тому робити висновки щодо цієї групи було б некоректно.

Отже, аналіз показує, що якість відпочинку під час відпустки чітко корелює з рівнем матеріального становища сім'ї.

Але було б неправильно зводити все лише до доходів сім'ї, до її матеріальних можливостей. Важливу роль відіграє стан здоров'я, особливо для людей старшого покоління. Чинниками, що детермінують вибір особою форми відпочинку, є також її цінності, пререференції, смаки, а також вплив елементів реклами, моди. Наприклад, навіть маючи певні накопичення, люди залежно від ціннісних орієнтацій, особистісних переваг, інших рис характеру вибирають різні форми поведінки, які або включають повноцінний відпочинок, або скорочений його варіант, або взагалі його виключають. Ці варіанти поведінки часто пов'язані зі ставленням до доходів, які вони мають, а це, своєю чергою, пов'язане з оцінкою тієї соціальної ситуації, в якій вони перебувають. Через політичну, економічну і фінансову нестабільність у країні багато людей не стільки прагнуть накопичувати свої кошти, скільки, трохи накопичивши, намагаються або вкласти їх у щось, або спожити, щоби не пропали. Вони мають негативний досвід втрати накопичених коштів. За років незалежності їхні заощадження неодноразово зникали. Так було на початку 1990-х років, коли пропали їхні радянські заощадження в ощадбанках. Потім багато хто став жертвами різних фінансових пірамід, яким люди довірилися і передали свої гроші на зберігання, на будівництво житла тощо. Навряд чи позитивно вплинула на українських вкладників ситуація з підвищенням курсу гривні щодо долара у 2005 році. Не стимулює до накопичення грошових коштів й інфляція, яка стрімко йде вгору від 2007 року.

Усі ці чинники сформували в українських громадян негативне ставлення до накопичення коштів через банки. Значна частина із них — 47% — не довіряє банкам (довіряють лише 21%). Крім того, тим з них, хто готовий зберігати гроші в банках, важко виз-

начитися, в яких саме банках слід це робити. На запитання: “Якби у Вас несподівано з’явилася велика сума грошей, де б Ви схотіли її зберігати?” 19% громадян зазначили, що вони б зберігали гроші в державному українському банку, 8% — в українському комерційному банку, 16% — у банку за кордоном. Ці показники відображають точку зору всього населення. Для багатьох людей ситуація зі збереженням грошей є суто гіпотетичною, оскільки у них немає можливості відкладати гроші про запас. Але навіть серед тих респондентів, які відносять себе до середнього класу (тобто хто з більшою ймовірністю може мати певні суми грошей, котрі можна було б покласти в банк), 43% не хочуть зберігати гроші в банках.

Є й інші причини, чому українське населення виступає більшою мірою як споживач, а не накопичувач. На перший погляд така поведінка людей виглядає дивною. Адже для багатьох сімей гостро стоять питання, пов’язані з придбанням житла, покупкою дорогих побутових товарів — автомобілів, меблів, дачних ділянок тощо. Щоби реалізувати ці потреби, необхідні великі суми. Але для верств населення, що мають низький рівень доходів, ці потреби недосяжні. Розрив між рівнем доходів і вартістю житла такий, що час накопичення необхідних засобів виходить за рамки здорового глузду і сягає кількох десятиліть, часто виявляючись тривалішим за людське життя. Наприклад, щоб купити квартиру молодому докторові наук при його нинішній зарплаті на посаді завідувача кафедри чи провідного наукового співробітника у 3–3,5 тис. грн на місяць і при середній ціні квадратного метра житлової площі в Києві на 1 липня 2008 року у 2700 доларів США, на двокімнатну квартиру у 50 квадратних метрів він має накопичувати гроші не менше трьох десятиліть.

Вихід можна було б знайти в сприятливих умовах надання кредитів на будівництво житла. Проте сьогодні умови надання українськими банками кредитів, зокрема й на будівництво житла, вкрай не вигідні для кредитоотримувачів. Тому багато людей втрачають надію, просто не вірять у перспективу придбання власного житла в осяжному майбутньому й переглядають свої життєві плани.

Другою причиною того, що люди не накопичують заощаджень, є те, що багато хто віддає перевагу довгостроковому накопиченню грошових коштів сьогоднішнім витратам грошей на ремонт квартир,

придбання меблів, автомобілів, комп'ютерів, пральних машин, холодильників, телевізорів, інших сучасних побутових приладів.

На такі предмети накопичують кошти кілька місяців, причому не в банках, а готівкою вдома, як правило, у доларах чи євро. Такий напрям витрачання доходів починає конкурувати із витратами на відпочинок. Чому люди віддають перевагу не відпочинку, а придбанню товарів тривалого користування? Це пояснюється тим, що населення пережило (а значна частина переживає й зараз) різке падіння рівня життя у 1990 роки. В цей час не було можливості, не вистачало коштів на придбання таких товарів. Тому практично в усіх верствах населення нагромадилася величезна потреба в заміні побутової техніки, ремонті квартир. До того ж за півтора десятиліття багато побутових предметів не тільки зносилися фізично, а й застаріли морально. Обираючи, чому віддати перевагу — відпочинку, ремонту житла або купівлі товарів тривалого користування — поки що велика частина людей віддає перевагу останнім. Можна припустити, що в разі зміцнення тенденції щодо підвищення життєвого рівня вже найближчим часом, за три-чотири роки, помітно збільшиться частка населення, яка витратить гроші на путівки, на відпочинок, на оздоровлення, на подорожі.

Природно, що злидні й бідність корелюють не тільки з відсутністю відпочинку, а й із поганим і дуже поганим станом здоров'я. 66% опитаних, які оцінюють своє здоров'я як дуже погане, не мали відпустки. Щоправда, ці дані можна інтерпретувати і таким чином, що, мовляв, у цих людей не було відпустки саме тому, що вони хворі. І оскільки вони мають погане здоров'я, то їм відпустка протипоказана. Але й відповіді на запитання, поставлене по-іншому, а саме: "У скількох респондентів, хто не мав відпустки, поганий стан здоров'я", показує, що відсутність відпустки корелює з поганим здоров'ям. У даному випадку до групи респондентів входять всі, хто не мав відпочинку, хоч би яка причина це зумовлювала — не мав відпустки, тому що працював, бо не було за що її організувати (як у багатьох пенсіонерів), бо не дозволяє здоров'я. Так от, у групі респондентів, які не відпочивали, 32% мають дуже погане і погане здоров'я, і лише 16% — відмінне і добре. Для порівняння можна навести групу тих, хто відпочивав у курортному місці. Серед них дуже погане і погане здоров'я мають 4%, а відмінне і добре — 38%.

За стилем відпочинку помітно відрізняються і вікові групи. Так, серед тих, хто воліє відпочивати в курортному місці, переважає

молодь віком до 30 років — 16%, тоді як серед людей старшого віку так проводять відпустку тільки 3%.

Найактивніше включена в суспільний трудовий процес середня вікова група — особи віком від 30 до 55 років. І, здавалося б, саме вони мають найякісніше проводити свою відпустку. Проте в реальності справи йдуть абсолютно по-іншому. Серед цієї вікової групи понад двох третин (66%) не відпочивають: 29% із них провели відпустку вдома, займалися домашніми справами, 7% під час відпустки додатково працювали, а 30% зовсім не мали відпустки.

Але найбільш неякісний, змарнований відпочинок у старшого покоління. По-перше, у 55% людей, старших за 55 років, ніякої відпустки взагалі не було. По-друге, 21% із них відповіли, що відпустку провели вдома. А для людей пенсійного віку, по суті, це означає, що відпустки у них не було, позаяк вони не змінювали звичного способу свого життя, його розпорядку, повсякденну обстановку. Для них відпочинок має включати і лікування, і оздоровчі процедури, і емоційну розрядку, і психологічну релаксацію.

Отже, проведений аналіз якості відпочинку різних груп населення під час відпусток показує, що загалом її можна оцінити як незадовільну. Головною причиною цього є бідність переважної більшості населення. Стильові відмінності соціальних груп у проведенні відпусток перебувають у межах неякісних форм відпусток. Респонденти достатньо чітко уявляють, що стилі відпочинку людей першою чергою залежать від наявності коштів для такого виду активності.

Не менш цікавим є аналіз стильового розмаїття відпочинку населення не тільки в період гарантованої законом щорічної відпустки, а й стилю проведення вільного часу впродовж річного часового циклу, доби, тижня, в робочі дні, а також вихідні та святкові дні. Вільний час тут ми прирівнюємо до відпочинку, оскільки він не охоплює робочого часу і домашньої роботи.

У моніторингу 2008 року респондентам пропонували відповісти, чим вони займалися у вільний час принаймні раз упродовж останніх 7 днів (разом із вихідними) (табл. 11.1). Відповіді показали, що смаки людей здебільшого збігаються.

При аналізі вільного часу населення дослідники використовують різні класифікації занять. За основу класифікації беруть так звані дозвілєві потреби. Головним чином вирізняють 6–7 видів занять у вільний час: інформаційні, розважальні, спілкування, фізичні,

Таблиця 11.1

**Охоплення населення різними видами занять
у вільний від основної та домашньої роботи час**

<i>Пропоновані позиції</i>	<i>% тих, хто відповів</i>
Художня творчість (створення музики, віршів, прози, малювання, граю на музичних інструментах)	2,3
Прикладна творчість (рукоділья, вишивання, виготовлення дрібних виробів, різьблення по дереву, карбування тощо)	4,5
Прослуховування музики (платівки, диски, магнітозаписи тощо)	28,3
Відвідування церкви (костюлу, синагоги, мечеті, молитовного будинку)	17,6
Заняття з дітьми (уроки, ігри, прогулянки)	27,6
Настільні ігри (шахи, шашки, карти, доміно тощо)	8,0
Заняття з комп'ютером (пошук інформації, ігри, створення програм тощо)	18,5
Відвідування непродуктових магазинів та ринків	27,6
Перегляд телепередач	86,8
Прослуховування радіопередач	38,7
Читання газет	57,7
Рибальство, мисливство, збирання грибів тощо	5,3
Раціоналізаторство, конструювання	0,7
Вивчення літератури за спеціальністю	9,1
Перегляд відеомагнітофону, відеороликів	12,5
Відвідування клубів, дискотек, вечорів відпочинку	4,1
Колекціонування, фотографування, кінозйомки	2,6
Участь у художній самодіяльності	0,5
Просто відпочинок, нічого не роблячи	41,8
Інше (напишіть)	2,2
Ранкова гімнастика і фізкультура	13,8
Біг, оздоровчі прогулянки	5,5
Відвідування плавального басейну, заняття в спортивній залі, на стадіоні, спортмайданчиках	3,4
Відпочинок на природі	16,1
Експерсійна подорож	2,1
Відвідування спортивних видовищ (як глядач)	2,9
Відвідування кінотеатру	3,4
Відвідування театрів, концертів, музеїв, художніх виставок	3,6
Відвідування гостей	38,3
Прийом гостей	37,7

Продовження таблиці 11.1

Пропоновані позиції	% тих, хто відповів
Відвідування ресторану, нічного клубу тощо	4,7
Написання листів	5,1
Праця за сумісництвом, додатковий підріток	10,3
Громадська робота	5,1
Відвідування бібліотеки	4,7
Читання художньої літератури	25,9
Відвідування курсів, гуртків, студій	1,0

громадські, освітні, спокій (нічого не робити) [3]. Також розрізняють активний і пасивний відпочинок. Якщо скористатися такою класифікацією, то інформаційними видами занять у вільний час (перегляд телепередач, читання газет, прослуховування радіопередач) охоплено від 87% до 39% населення України. Далі за масовістю йде просто відпочинок, спокій — 42%, потім слідує спілкування (відвідування і прийом гостей, відвідування ресторанів, нічних клубів). До цього різновиду занять включено від 38% до 5% населення. Четвертим у цьому переліку стоять розважальні заняття (прослуховування музики, читання художньої літератури, перегляд відеомагнітофону, відеороликів, відвідування кінотеатрів, театрів, концертів, музеїв, художніх виставок, відвідування клубів, дискотек, вечорів відпочинку. Сюди ж поставимо і заняття з комп'ютером, добре розуміючи умовність віднесення роботи на комп'ютері до розваг). Цими видами діяльності зайнято від 28% до 3% населення. Потім йдуть громадські заняття (відвідування церкви, громадська робота), які охоплюють від 18% до 5% населення. Наступним видом є фізичні заняття (ранкова гімнастика і фізкультура, біг, оздоровчі прогулянки, заняття в спортивній залі, відпочинок на природі, рибальство, мисливство, збирання грибів). Ними займаються від 16% до 3%. І нарешті, освітні, розвивальні заняття (відвідування бібліотеки, відвідування курсів, гуртків, студій, раціоналізаторство, конструювання, колекціонування, фотографування, кінозйомки, участь у художній самодіяльності, прикладна та художня творчість). Цей вид занять є найменш масовим. У ньому бере участь від 5% до 1% населення.

Як бачимо, щоденний відпочинок населення України передовсім зводиться до пасивних видів. Активними видами відпочинку займається дуже мало людей. Крім того, серед більшості населення переважають види відпочинку, які не потребують певних знань і навичок. Ще однією характерною рисою повсякденного відпочинку наших співгромадян є те, що він переважно відбувається вдома.

Розглянемо конкретніше повсякденні стилі відпочинку. Спершу визначимо відмінності у способах відпочинку серед різних майнових груп. Аналіз показує, що відпочинок найбіднішої верстви, тих, хто не має грошей на харчі, жебракуює (“жебраків”) є вельми обмеженим за формами вияву. Він зводиться лише до перегляду телепередач (64%), читання газет (57%), відвідування гостей (57%), прослуховування радіопередач (43%), просто відпочинку (43%), прийому гостей (36%), відвідування церкви (21%). За винятком відвідування гостей і церкви решту вільного часу ці люди проводять вдома.

Трохи більшим є діапазон форм відпочинку у тих, хто визначив своє матеріальне становище як “не вистачає на продукти харчування — інколи голодуємо” (“голодних”). Серед цих людей 83% дивляться телепередачі, 51% просто відпочивають, 40% слухають радіо, 36% читають газети, 26% приймають гостей, 19% ходять в гості, 19% ходять у церкву, 15% читають художню літературу, 9% роблять ранкову гімнастику, 9% слухають музику. “Голодні”, як і “жебраки”, практично весь вільний час проводять вдома.

Третю майнову групу становлять ті, хто визначив своє матеріальне становище як “вистачає лише на продукти харчування” (“бідні”). Це друга за кількістю група населення. До неї віднесли себе 33% громадян. У них розширюється коло занять під час відпочинку. 4% із них займаються громадською роботою, 4% — рибальством, мисливством, 5% грають у настільні ігри, 6% переглядають відеомагнітофон, 10% відпочивають на природі, 10% займаються з комп’ютером, 12% займаються ранковою гімнастикою, 21% читають художню літературу, 22% слухають музику, 32% бувають у гостях, 34% приймають гостей, 34% відвідують церкву, 36% слухають радіо, 39% просто відпочивають, 55% читають газети, 90% дивляться телепередачі. Отже, у представників цієї групи достатньо різноманітні форми відпочинку, хоча кількість учасників у багатьох видах занять надто скромна. Привертає увагу те, що представники цієї групи ведуть такі форми відпочинку, які не вимагають

значних матеріальних ресурсів (обладнання, інвентарю, приладів, спецодягу) для їх реалізації, хоча низка занять передбачає наявність побутової техніки (комп'ютер, телевізор, відеомагнітофон, програвач, радіо) і знарядь (рушниця, рибальське знаряддя тощо).

Найбільшою нині майновою групою є ті, хто визначає себе як таких, кому “вистачає загалом на прожиття” (“скромні”). Їх у нашому опитуванні було 38%. Як відпочивають вони?

Члени цієї групи обирають активні види відпочинку — 5% ходили на рибалку і полювання, 6% займалися бігом, 13% роблять ранкову гімнастику, 17% відпочивали на природі. Вони широко спілкуються — 4% ходили в клуби, 5% — в ресторани, 38% приймали гостей, 41% були в гостях. Різноманітні їхні розважальні заняття: 3% відвідували кінотеатри, 3% — театри, 14% переглядали відеомагнітофон, 18% займалися з комп'ютером, 26% читали художню літературу, 28% слухали музику. Вони беруть участь у громадських справах — 6% із них займалися громадською роботою, 18% відвідували церкву. У цій групі є люди, які присвячують вільний час самоосвіті і саморозвитку, зокрема — 5% відвідували бібліотеку, 8% грали в настільні ігри, 5% займалися вжитковою творчістю. Значна частина з них у вільний час задовольняє інформаційні потреби: 88% дивилися телепередачі, 59% читали газети, 41% слухали радіо.

Майнова група, якій “вистачає на все необхідне, але немає можливості роботи заощадження” (“благополучні”), становить 21%. Ці люди мають достатньо коштів, аби приділяти увагу собі і намагаються проводити свій повсякденний відпочинок різноманітно. Вони відвідують плавальні басейни (5%), займаються оздоровчим бігом (7%), ходять на заняття до спортзалів (7%), роблять ранкову гімнастику (18%), відпочивають на природі (23%), їздять на екскурсії (3%), ходять на рибалку (6%), відвідують кінотеатри (6%) і театри (8%), ходять в клуби (7%). Вони не ігнорують традиційного спілкування — 45% із них ходили в гості, 43% приймали гостей; 8% можуть дозволити собі відвідати ресторан, нічний клуб. Серед них 34% читали художню літературу, стільки ж займалися з комп'ютером, 40% слухали музику. Серед них помітною є частка тих, хто відвідує бібліотеки (9%) та займається вжитковою творчістю (6%). Вони також активно дивляться телебачення (81%), читають газети (63%) і слухають радіо (37%).

Група “заможних”, тобто тих, хто самовизначився як люди, котрим “вистачає на все необхідне, роблять заощадження”, має ще кращі показники у проведенні вільного часу, ніж попередня група “благополучних”. В ній більше тих, хто бігає (12%), відвідує плавальний басейн (13%), робить ранкову гімнастику (20%), відпочиває на природі (35%), ходить на рибалку і полювання (12%). Її представники мають кошти, щоб відвідувати ресторани, нічні клуби (10%). Серед них найбільше тих, хто займається громадською роботою (7%), раціоналізаторством (3%), колекціонуванням (4%), вжитковою (6%) і художньою творчістю (13%), працює з комп’ютером (30%). Тобто ця група демонструє наявність у неї культурного й економічного капіталу, оскільки культурний капітал виявляється в тому, що люди розуміють необхідність докладати зусиль, щоби стежити за своїм здоров’ям, загартовуватися (гімнастика, біг, прогулянки на природі, відвідування спортивних залів), підвищувати свій культурний рівень (відвідування бібліотек, кіно-театрів і театрів, читання художньої літератури, газет), а економічний капітал виявляється в тому, що можна робити витрати на відвідування басейнів, на придбання мисливського й спортивного інвентаря, комп’ютера тощо.

До найбагатшої групи належать лише 0,5% громадян. Така мізерна частка опитаних не дає можливості коректно аналізувати отримані дані, оскільки у гніздо двовимірної таблиці потрапляють 1–3 особи.

Отже, в різних майнових груп населення в проведенні відпочинку простежуються певні тенденції. По-перше, чим заможніша група, тим більш різноманітним є проведення вільного часу її представниками. По-друге, чим заможніша група, тим більше її представників беруть участь у тих чи тих видах занять у сфері вільного часу.

Стильова диференціація життя у сфері відпочинку помітна у вікових груп. Але це твердження не можна абсолютизувати. Наш аналіз доводить, що відмінностей у стилі відпочинку вікових груп багато, але чимало й таких форм відпочинку, де вікові ознаки не впливають на відмінності.

Спершу спинимося на тих видах занять, де когортні відмінності є значущими. Це, по-перше, та сфера, де виявляється фізична активність особистості. Зрозуміло, що тут активнішою є молодь.

Так, ранкову гімнастику роблять 18% людей віком до 30 років і 11% людей, старших за 55 років, а бігом займаються відповідно 10% і 3%. Більш як удвічі серед молоді тих, хто відпочиває на природі (23%), серед літніх людей 10%. До кінотеатрів зараз взагалі ходять менше людей. Але серед тих, хто відвідує кінотеатри, молоді у дев'ять разів більше, ніж старших людей — 9% і 1%. Значно більше молодих ходить в гості — 51% (серед старших — 31%), до ресторанів — 13% і 1% відповідно. Більш притаманною для молоді, ніж для почесного покоління, є художня творчість, — 5% і 1%. Робота на комп'ютері стало символом молодого покоління. Якщо цим займається 38% молоді, то серед представників старшого покоління лише 5%. Зрозуміло й те, що до клубів ходить молодь, а не старші (14% і 0,2% відповідно).

Деякі види відпочинку майже рівномірно розподілені серед вікових груп. Так, захоплюються рибальством 5–6% людей будь-якого віку. Відвідування театрів є досить низьким серед усіх цих груп і дорівнює 3–4%. Художню літературу читають у всіх вікових когортах від 24% до 27%, художньою творчістю займаються 4–5%, телевізійні передачі дивляться 85–88%, радіо слухають 38–40%. І навіть у такому виді, як пасивний відпочинок, спокій у всіх вікових групах наявний однаковий показник — 41–42%.

А у деяких видах відпочинку молодь менш активна. Так, вона менше займається громадською роботою — 3%, тоді як серед середнього віку — 6%, серед старшого — 5%. Молодь менше за інших читає газети — відповідно 45%, 59% і 64%. Не активна вона й у релігійному житті. До церкви ходять 10% молодих, 17% людей середнього віку і 24% старших.

Таким чином, можна зробити висновок, що відмінності між віковими групами виявляються в тих видах відпочинку, де задіяна фізична сила, де має значення стан здоров'я, де є специфічні вікові види розважання, а також у тих видах відпочинку, які передбачають наявність у представників цих груп новітніх знань та навичок (як, приміром, користування комп'ютером, деякими приладами). Крім того, зафіксовано відмінності у громадській активності представників різних вікових груп — тут молодь менш активна.

Повсякденний відпочинок людини залежить не лише від її суб'єктивних якостей — намірів, цілей, бажань, потреб, інтересів тощо, а й від об'єктивних умов, у яких розгортається дозвілля —

наявність спортивних закладів і споруд, культурно-освітніх і розважальних закладів, гуртків, клубів, наявності мережі Інтернету тощо. Помітно відрізняються об'єктивними умовами відпочинку в нашій країні типи населених пунктів — столиця, великі міста, невеликі міста і села. Тому доцільно розглянути відмінності у повсякденному відпочинку жителів цих типів населених пунктів.

В активних типах відпочинку більшу участь беруть кияни. Так, ранкову гімнастику роблять 24% киян, 19% жителів великих міст, 12% жителів невеликих міст і 9% селян. Подібні тенденції спостерігаються і в заняттях оздоровчим бігом. У Києві бігають 12% жителів, у великих містах — 7%, у малих містах — 6%, у селах — 3%. Хоча загалом небагато, але значно більше, ніж в інших місцях проживання, у столиці відвідують плавальні басейни: 8%, 5% — у великих містах, 4% — у невеликих містах, 1% — у селах. Більше люблять кияни бувати й на природі. На природу виїздять 37% столичних жителів, 15% жителів великих міст, 17% невеликих міст і 13% жителів сіл. Якщо не брати такі види відпочинку як відвідування плавальних басейнів, спортивних секцій у спортзалах, то в інших видах активного відпочинку умови для киян і мешканців інших типів населених пунктів практично однакові. Очевидно, тут даються взнаки інші причини — культурні, освітні, певні традиції.

Розважальні форми відпочинку більшою мірою залежать від наявності відповідних умов. Відомо, що у 1990 роки в країні спостерігався суцільний занепад кінотеатрів, у більшості сіл зникли клуби, бібліотеки, гуртки художньої самодіяльності, художньої й ужиткової творчості — де організаційно, а де й фізично. Останнім часом у містах кінотеатри поступово відроджуються, а в селах нічого не змінюється. Тому відповідно у селах немає можливості ходити в кіно. Якщо в Києві кінотеатри відвідували 15% жителів, у великих містах — 4%, у невеликих містах — 3%, то у селах тільки 2% жителів. Можливо, обмеження у відвідуванні кінотеатрів сільські жителі компенсували переглядом телепередач. Адже 87% із них дивляться телепередачі. Бібліотеки відвідували 9%, 6%, 4% і 3% жителів відповідних типів населених пунктів. Такі ж тенденції спостерігаються і щодо відвідування театрів, ресторанів.

Населені пункти відрізняються також масштабами залученості населення до розважальних занять. На нашу думку, ці відмінності

зумовлені трьома причинами. По-перше, матеріальними можливостями, по-друге, рівнем культури мешканців, розвиненістю їхніх дозвіллевих потреб і, по-третє, рівнем зайнятості, перевантаженістю, а відтак і кількістю вільного часу, часу для відпочинку. Справді, матеріальні можливості розподілені між жителями різних типів населених пунктів нерівномірно. Якщо взяти середній дохід на одного члена сім'ї за самооцінками респондентів, то у киян він дорівнює 1434 грн., у жителів великих міст — 974 грн, у жителів малих міст — 867 грн і у селян — 692 грн. Зрозуміло, що за умов бідності люди економлять першою чергою на розвагах, на покупці книжок, журналів, на придбанні товарів культурно-розважального призначення (за винятком виключення хіба що телевізорів). Довести другу причину складніше, бо ми не маємо надійних інструментів вимірювання рівня розвиненості дозвіллевих потреб. А щодо третьої причини, то її можна аргументувати відповідями на запитання анкети Омнібуса Інституту соціології НАН України 2006 року. На запитання “Якою мірою Ви зазвичай навантажені роботою та повсякденними зобов'язаннями?” відповіли, що вони перевантажені понад міру і трохи перевантажені 41% киян, 37% жителів великих міст, 34% жителів малих міст і 45% жителів села. До речі, серед селян, уже за даними моніторингу 2008 року, найменше тих, хто у вільний час просто відпочивав, нічого не робив — 37%. А серед киян так проводили час 41%, серед жителів великих міст — 44%, серед жителів малих міст — 46%. Отже, найбільш завантаженими є жителі села. Щоправда, друге місце посідають кияни, але щодо розважальних занять вони, як з'ясувалося, на першому місці, тобто завантаженість не заважає значній частині їх розважатися. Можливо, пояснення цьому явищу може дати саме рівень розвиненості дозвіллевих потреб.

Але повернімося до конкретних даних, які демонструють відмінності у розважальних заняттях жителів різних населених пунктів. Художню літературу читають 52% киян, 32% жителів великих міст, 26% жителів малих міст і 17% селян. Найбільше слухають музику також кияни — 46%, тоді як цим займаються 31% жителів великих міст, 28% жителів малих міст і 23% сільських жителів. Відеомагнітофони дивляться 24% киян, 15% жителів великих міст, 12% жителів малих міст і 8% жителів сіл. Суттєво відрізняються кияни від жителів інших населених пунктів і в такому виді прове-

дення вільного часу, як заняття з комп'ютером. Цією діяльністю займаються 49% киян. У великих містах з комп'ютерами проводили вільний час 23% жителів, у малих містах — 21% жителів, у селах — 8%.

Отже, відмінності в проведенні відпочинку жителями різних населених пунктів зумовлені як наявністю відповідних закладів, споруд, організацій, так і рівнем доходу на одного члена сім'ї.

Проведений аналіз доводить, що якість відпочинку у відпустці та в робочий період залежить від кількох чинників. По-перше, від доходу сім'ї, по-друге, від соціального статусу особи, по-третє, від розвиненості особистісної культури відпочинку та рівня розвитку дозвіллевих здібностей людини.

Можна констатувати, що назагал якість відпочинку наших співгромадян украй низька. Щорічною відпусткою як формою відпочинку з різних причин не користуються 70% громадян. Це одна з причин поганого стану здоров'я населення, а отже, й чинник, що зумовлює демографічну кризу. Найбільше людей, які повноцінно не відпочивають, не мають або не реалізують річної відпустки, серед літніх і бідних, а також серед сільських жителів. У повсякденному проведенні населенням вільного часу переважають пасивні види відпочинку. До активних видів відпочинку долучене вузьке коло людей. Повсякденний відпочинок більшості соціальних груп відбувається вдома.

Література

1. http://www.ambafrance.ru/article.php3?id_article=252
2. Див.: *Денисова Ю.И.* Трудовая перегрузка работников — добрая воля или принуждение? // Социологические исследования. — 2004. — № 5. — С. 100–107; *Симагин Ю.А.* Изменение трудовой составляющей образа жизни населения большого провинциального города в последней трети XX века // Социологические исследования. — 2004. — № 5. — С. 86–91.
3. *Патрушев В. Д.* Свободное время работающих горожан России и США (сравнительный анализ) // Социологические исследования. — 2004. — № 12. — С. 30–40; *Рощина Я.М.* Дифференциация стилей жизни россиян // Экономическая социология. — Т. 8. — Сентябрь, 2007. — № 4. — www.ecsoc.msses.ru

Розділ 12

СТИЛЬ ЖИТТЯ ОСІБ ПОХИЛОГО ВІКУ. ПРОБЛЕМА САМОТНОСТІ

Нові реалії існування українського суспільства значною мірою змінили його суспільний устрій, спосіб життя як суспільства загалом, так і окремих індивідів; змінився їхній стиль життя як результат вироблення нових форм поведінки, зумовлених соціокультурними детермінантами. Глобальні зміни соціально-економічної ситуації, зміна звичних життєвих стереотипів і глибокі зміни в свідомості суспільства, перехід від життя в стабільному режимі (хоча і з дуже обмеженими можливостями) до епохи постійних потрясінь, відчуття соціальної незахищеності торкнулися всіх верств населення.

Поняття “стиль життя” характеризує сталі, повторювані соціальні зв’язки особистості в різних сферах її життєдіяльності: соціальній, політичній, культурній, духовній, які утворюють формалізовану і неформалізовану структуру, епіцентром якої є сама особистість. І хоча проблематика стилю життя не є новою для вітчизняної науки, це не применшує її актуальності й значущості за умов сучасного українського суспільства. Різні аспекти проблеми стилю життя активно розроблялися ще у 70–80 роках минулого століття, проте в наступні роки не набули значного розвитку, тоді як у працях західних учених (Гідденс, Бурдьє, Тоффлер та ін.) вони є актуальними [1].

Поняття “стиль життя” співвідноситься з поняттям “спосіб життя”, який характеризує певний зріз або аспект системи “суп-

ільство”. Водночас змістова характеристика способу життя буде повнішою, якщо брати до уваги форми життєдіяльності соціального суб’єкта та умови його життєдіяльності, тобто в цьому разі здійснюється особистісний підхід, розглядається індивідуальний стиль життя, який є постійним способом поведінки соціального суб’єкта, його діяльності, підкреслює найбільш значимі риси характеру, тобто його “стильові” особливості. Стиль життя відбиває не тільки окремі (навіть і важливі) риси, якості особистості, спрямованість її життєдіяльності, а й рушійні мотиви, внутрішню логіку її поведінки. Зіставлення понять “спосіб життя” та “стиль життя” вказує на те, що спосіб життя характеризує соціальні принципи організації способів життєдіяльності суб’єкта, а поняття “стиль життя” певною мірою відтворює типи життєдіяльності, які можливі в межах даних соціальних принципів і норм організації життя особистості. Стиль життя є способом реалізації особистістю соціальних можливостей.

Кожна система соціальних координат і соціального контролю залишає для особистості певну міру автономії, певну свободу вибору. Проте створення особистісного стилю життя — справа не тільки самого суб’єкта, сам процес такого творення, вибір його залишається важкою функцією. Труднощі вибору стилю життя пов’язані з тим, що суспільство пропонує багато життєвих програм, тоді як особистість має свої потреби і домагання. А тому зростає її відповідальність за здійснення вибору. На процес творення особистісного стилю життя впливають культурні й субкультурні чинники, а також життєвий досвід. Ролі, які виконує людина, відносини, в які вона вступає в процесі трудової діяльності, вибір, що вона його здійснює в різних сферах життєдіяльності, формують її стиль життя. Вона створює власний стиль життя зі спектра поведінкових форм, що пропонуються суспільством, його інститутами, засобами масової інформації. Водночас стиль життя особистості є не лише “продуктом” самої особистості, він несе на собі відбиток соціально-типового. В цьому виявляється двоєдина сутність людини: з одного боку, це індивід, з неповторними, лише йому притаманними якостями, з індивідуальними особливостями, а з іншого — це продукт наявних суспільних відносин, втілення соціального досвіду. Приймаючи рішення щодо вибору поведінки або способів діяльності, особистість встановлює різні зв’язки з іншими людьми, тому

кожен акт вибору, хоч би яким індивідуально-особистісним він здався, завжди соціально зумовлений. Таким чином, поняття “стиль життя” і та реальність, що стоїть за ним, свідчить про активну діяльну сутність життя людини, фіксує той бік її життєдіяльності, який є результатом волевиявлення, того аспекту поведінки, який розкриває риси характеру особистості, зумовлені соціальними закономірностями розвитку суспільства.

Стиль життя переважно пов'язаний із соціально-психологічною характеристикою способу життя і зорієнтований в тому числі на оцінювання повсякденної поведінки особистості. Він відбиває не одиничний спосіб або форму життєдіяльності, а стійкі, повторювані шаблони, певний “почерк” поведінки особистості. Ці способи поведінки є виявом типових особистісних рис, властивостей характеру. Водночас існує не тільки індивідуальний стиль життя, а й стиль життя групи, певної кількості людей, що використовують спільні способи життєдіяльності. У розділі розглядається поняття стилю життя як групового феномена стосовно певної верстви, категорії людей. Увагу, зокрема, звернено на особливості життєдіяльності людей похилого віку в сфері праці, побуту, дозвілля тощо. Виходячи з того, що поняття “стиль життя” характеризують сталі, повторювані зв'язки особистості в різних сферах її життєдіяльності, особливості стилю життя простежуються в соціально-політичній, культурній, духовній сферах і залежать від зміни її соціального статусу, втрати роботи, стану здоров'я тощо.

Значний вплив на формування стилів життя різних верств населення, в тому числі і людей похилого віку справляють соціокультурні чинники. Відтак виникає особлива ситуація розвитку суспільства, до якої мають пристосовуватися соціальні суб'єкти. Це пристосування, вироблення нових стильових характеристик поведінки має відмінності, притаманні різним віковим групам. Зараз перед суспільством стоїть гостра проблема зміни вікової структури населення, серед якого дедалі більшу частину становлять люди похилого віку. Про це свідчать дані статистики: у 2005 році частка людей, які перетнули 60-літній віковий рубіж, досягла в нашій країні 23,8 % (більшість із них — жінки) [2, с. 347]. Серед них 17% чоловіків і 23% жінок живуть насамоті, і цей стан значною мірою впливає на їхній стиль життя. Ця вікова група літніх людей має суттєві особливості пристосування до нових

умов існування, вироблення певних форм поведінки в різних сферах життєдіяльності.

Самотні люди стали об'єктом нашого аналізу як окрема категорія старих людей — вдовці, розлучені (“живу один/одна, не підтримую регулярних зв'язків з оточуючими”). Їм притаманний розрив особистісних стосунків, дефіцит спілкування тощо. Самотніх людей характеризує соціальна й емоційна ізоляція. Соціальна — це відчуженість, нудьга, відсутність близьких друзів. Емоційна — це свобода від прихильностей, дефіцит розуміння, довіри тощо. Слід зазначити, що емоційна та соціальна самотність не обов'язково взаємовиключні, а незрідка вони і доповнюють одна одну, хоча емоційна самотність радше є внутрішнім станом і важче переноситься, ніж соціальна, бо нудьга, депресія та відчай більшою мірою співвідносяться із поняттям самотності і є її емоційними характеристиками. Самотність соціальна — радше самотність зовнішня — це дефіцит спілкування, визнання, утвердження, а не дефіцит розуміння, довіри, близькості, що характерне для емоційної самотності.

Розглянемо детальніше особистісні зміни людей похилого віку та зміни їхньої поведінки в різних сферах життєдіяльності, тобто стильові характеристики, що мають місце під впливом нових соціокультурних чинників.

Особистісні зміни людей літнього віку і їхній вплив на формування стилю життя

Старість як віковий період людського життя характеризується широким діапазоном індивідуальних для кожної людини виявів її соціальних, психологічних та фізіологічних особливостей, що безумовно впливають на формування індивідуального стилю життя. Цей діапазон обмежений самим процесом старіння, що виявляється у поступовому зниженні функціональних можливостей людського організму, зміною ядра особистості.

Проблема зміни ядра особистості в літньому віці є однією із найбільш дискусійних у психології й геронтології.

Експериментальні дослідження особистості почали проводити на початку 1930-х років. В основі цих досліджень лежав метод вікових поперечних зрізів. Докладний огляд цих ранніх праць знаходимо у Н.Ф.Шахматова [3]. Він описав дослідження Є.Крепеліна, в яких показано наростання егоцентризму, впертості й підо-

зрілості в старості як передвісників майбутніх хворобливих змін у пізньому віці. Впертість людей похилого віку Є.Крепелін пояснював ускладненням перебігу думок, “упадком енергії”. Інші автори пояснювали втрату оригінальності, втрату індивідуальності в старості, зниження рівня мислення в цьому віці. У працях того часу повторюються міркування про консерватизм старих, замкнутість, песимізм, підозрілість, вразливість. На противагу експериментальним психологічним дослідженням класичні теоретичні моделі дорослішання Е.Еріксона [4] ґрунтуються на якісній відмінності провідних рис особистості на різних стадіях старіння. Положення Е.Еріксона про те, що старість характеризується дихотомією рис “інтегративність-розпач”, більшою мірою прийняте в психологічній літературі, ніж будь-які інші теоретичні концепції й окремі експериментальні дослідження.

У вітчизняній психології ця проблема розглядається в контексті ставлення людей до свого старіння. Так, різні форми поведінки людей похилого віку в однотипних ситуаціях відображають особливості реагування на власне старіння. Саме цей бік психічного життя людини визначає її ставлення до особистісних втрат, втрати минулих можливостей, так само як і нове сприйняття навколишнього. Іншими словами, перед кожною людиною в старості постає питання визначення ставлення до власної старості. За даними вітчизняних геронтологів, ані гарне здоров’я, ані збереження діяльного способу життя, ані високе суспільне становище або наявність чоловіка чи дружини та дітей, не є запорукою й гарантією усвідомлення старості як сприятливого періоду життя. За наявності цих ознак, кожної окремо і всіх разом, літня людина може вважати себе неповноцінною і цілком не приймати свого старіння. І навпаки, за поганого фізичного здоров’я, скромного матеріального статку, самотності літня людина може перебувати в згоді зі своїм старінням і бачити позитивні аспекти старечого буття, відчувати радість і жити довго [5, с. 14–20]. Умовою довголіття людини, як стверджує Л.Анциферова “стає виокремлення тих сфер життєдіяльності, в яких вона зберігає свою автономію, здатність контролювати події, що відбуваються, та робити власний вибір;...а тому старечий вік — це не короткий і обтяжливий відрізок життя хворих і немічних людей, а значний за своєю тривалістю та соціально-психологічною значимістю період індивідуального шляху особистостей, які не бажають існувати на “узбіччі” життя” [6, с. 99].

Ставлення до власного старіння — активний елемент психічного життя у старості. В оформленні цього почуття визначальними є моменти усвідомлення факту фізичних і психічних вікових змін, визнання природності відчуттів фізичного нездоров'я. На наступних етапах старіння це ставлення впливає на зміни у фізичному стані під впливом нової життєвої позиції, що сформувалася, нового рівня самосвідомості. Нова позиція формується за рахунок нових сталих відносин літньої людини з її оточенням, але більшою мірою залежить від неї самої. Прийняття власної старості є результатом активної творчої роботи з переосмислення життєвих установок і позицій, переоцінки життєвих цінностей. Аналізуючи цю проблему і спираючись на зарубіжний досвід роботи психологів, Л.Анциферова вважає за необхідне вирізняти два особистісні типи старих людей, які відрізняються один від одного рівнем активності, стратегіями подолання труднощів, ставлення до себе та світу, задоволеністю життям взагалі.

Представники першого типу мужньо, без значних емоційних порушень переживають вихід на пенсію (60–65 років). Цей рубіж свого часу (понад століття тому) канцлер Бісмарк визначив як рубіж працездатності, і він був прийнятий багатьма державами. Представники цього типу намагаються впоратися із шоком виходу на пенсію, звертаються до стратегій, які пом'якшують патогенний характер кризової ситуації. Ця стратегія спрямована на пошук нових шляхів включення в суспільне життя, планування вільного часу, передбачення негативних станів та подій у післяпенсійний період. Перехід у слабо структуровану сферу свого життя, життєвого світу зумовлює появу в особистості нових здібностей, які реалізуються в нових видах діяльності: передання професійного досвіду, встановлення нових товариських зв'язків, виховання нового покоління, наставництво. Усе це породжує задоволеність життям і збільшує його тривалість, формує оптимістичний стиль життя.

Разом із тим психологи, як зазначає Л.Анциферова, виявили і другий тип людей, що вийшли на пенсію. У них розвивається пасивне ставлення до життя, вони відсторонюються від оточення, звужується коло їхніх інтересів і знижуються показники тестів інтелекту. Такі люди переживають тягосне відчуття непотрібності, а звідси — і раннє одряхління, пасивний стиль життя. Чому так відбувається? Мабуть тому, що їхні звичні життєві стратегії не

включали прийомів активного подолання труднощів. Нездатність контролювати події зумовила сприйняття життєвого світу лише як джерело труднощів і неприємностей, які не можна подолати.

Значний вплив на формування пасивного стилю життя справляють наявні в суспільстві негативні стереотипи щодо старих людей, їх “нікчемності” тощо. Усе це викликає депресивні розлади у таких людей [6]. При цьому у них відсутня депресивна проєкція на минуле, немає ретроспективного “розмотування” пережитих у минулому конкретних подій, відсутні спроби знайти винного чи звинувачувати себе в неправильно (із сьогоднішньої точки зору) прожитому житті. Як відомо, депресивні розлади є повторюваними і застиглими, внаслідок чого виникають уявлення про винуватість, власну нечутливість і загалом характеризуються зниженою психічною енергетикою особистості.

Проблема збереження загального особистісного профілю людини залишається дискусійною. Вивчаючи структуру потреб людей похилого віку, дослідники, зокрема К.Рощак [7], дійшли висновку, що сам комплекс потреб не набував принципових змін у літніх порівняно з людьми зрілого віку. Специфіка змін полягає в динаміці їхньої структури: потреби літніх зміщені в певному напрямі. Такі потреби як потреба у творчості, любові, що є дуже значимими для людей зрілого віку, мають у структурі потреб літніх людей незначну вагу. На перше місце в структурі потреб літніх людей виходять: потреба в уникненні страждань, потреба в автономії і незалежності. Загальна картина стану потреб літньої людини полягає в тому, що виникає певна дисгармонія у виявленні потреб: вони нібито розходяться по полюсах, актуалізуючи окремі потреби, порушується “динаміка рівноваги” потреб, що ускладнює загальний процес саморегуляції. За цих умов виникають “периферичні” механізми, призначені для реалізації окремих потреб. Так, прагнення шаблонізації виступає як засіб здійснення потреби в сталості, вияви впевненості як шлях захисту власної незалежності. Таким чином, ієрархія потреб у старості перетворюється так, що відбувається ніби “децентралізація” її окремих ланок.

Цікава модель динаміки потреб була запропонована В.В.Болтенко на основі дослідження людей похилого віку, що перебувають у будинках-інтернатах [8]. Ця модель асоційована з ієрархією потреб Абрахама Маслоу, відповідно до якої нижчий базовий

рівень ієрархії становлять фізіологічні потреби, вище розташовані потреби в безпеці і самозбереженні, у самоствердженні і високій оцінці і, нарешті, вершину ієрархії утворює потреба в самоактуалізації. Відповідно до твердження В.В.Болтенко, після виходу людини на пенсію відбувається поступове “згортання” піраміди потреб, починаючи з вершини мірою старіння. В новій ситуації оживляється і домінує потреба в самоствердженні, завищена оцінка соціального значення минулого і сьогодення як захисний механізм протиставляється усвідомленню ослаблення здатності до праці. У цей період нові цінності не формуються, але набуті мають спонукальну силу і таким чином відбувається “самоактуалізація” цінностей. Цей процес триває під впливом нових ціннісних орієнтацій і настанов, що формуються в суспільній свідомості новими обставинами життя суспільства. Зміни в соціальному оточенні порушують ідентичність старих людей, що, своєю чергою, дестабілізує їхній психічний стан, знижує рівень соціально-психологічного захисту через неможливість реалізувати себе в звичній сфері — сфері праці. Поступове вихолощування предметності з мотиваційної сфери як психологічний механізм лежить в основі етапів старіння, а також змін у стилі життя старої людини.

Наукові дослідження і повсякденна практика свідчать, що існують характерні особливості стилю життя, поведінки старих людей, які зумовлені психологічними чинниками. Передусім втрачається відчуття повноти життя, зменшується кількість і якість соціальних контактів, зв'язків із навколишніми людьми, суспільством загалом, іноді виникає самоізоляція, стан самотності.

По-друге, підсилюється необхідність психологічного захисту, який зменшує життєві сили людини, послаблює розум, почуття людей. Психологічний захист як властивість особистості дає їй змогу отримати тимчасову душевну рівновагу. Але для людей похилого віку, старих людей такий захист має негативне значення, бо вони прагнуть уникнути нової інформації, нових обставин життя, які відрізняються від стереотипів, що склалися у них.

По-третє, у старої людини особливе відчуття часу — вона завжди живе сьогоднішнім днем. Її минуле, спогади, так само як і майбутнє, завжди з нею, в сьогоденні, в сучасному. Звідси з'являються такі риси, як обережність, бережливість, запасливість тощо.

Таке перетворення відбувається й у духовній сфері, в інтересах, цінностях. Стара людина живе більш повільним життям, задале-

гідь планує події повсякденного життя: відвідати друзів, придбати ліки в аптеці тощо.

По-четверте, у людей похилого, старечого віку увиразнюються окремі риси характеру, які в молоді роки не виявлялися чітко або маскувалися: дратівливість, сварливість, запальність тощо.

Характерні психологічні особливості, притаманні в цілому людям похилого й старечого віку, не виключають розмаїття стилів життя, виявів життєвої позиції. Так, деякі дослідники виокремлюють дві підгрупи старих людей, психологічні особливості яких характеризує їхній стиль життя. Першу групу можна умовно назвати “соціально стабільною”. Незважаючи на притаманні представникам цієї підгрупи соціальні, психологічні й фізіологічні проблеми, вони не мають виражених проблем із соціумом (сім’єю, близькими та друзями, середовищем загалом) і їхній стиль життя характеризується задовільним соціальним самопочуттям. На побутовому рівні таких людей іноді називають “старими, які живуть повнокровним життям”: вони шукають контактів із людьми, активні, прагнуть допомагати іншим. Другу групу умовно назвемо “соціально проблемною”, її представники, навпаки, мають виражені стабільні або зростаючі проблеми взаємодії із соціумом, які змушують людину дедалі більшою мірою відчувати зниження особистісного та соціального статусу без надії на поліпшення життя. Вони відчують себе самотніми, нікому не довіряють, відсторонюються від людей, вважають своє життя таким, що не відбулося. Старих людей, які належать до цієї групи, на побутовому рівні іноді називають “старими, що доживають свій вік”. Відповідно і їхній стиль життя має певні особливості: песимізм, зневіра в майбутньому, тобто ці люди втратили життєву перспективу [9]. Назагал старше покоління, люди похилого й старечого віку, зважаючи на різні соціокультурні чинники — інформаційні можливості, усталені погляди на життя — залишаються здебільшого носіями і “пропагандистами” традиційних рис сталого стилю життя, традиційних культурних цінностей.

На особливу увагу заслуговують соціально-психологічні проблеми адаптації старих людей до періоду пенсійного життя, розгляд умов, що сприяють продовженню їхнього життя, яке задовольняє особистість, полегшує перебудову способу і стилю життя.

***Старі люди: соціально-психологічні проблеми
адаптації до пенсійного періоду***

Пізній період життя людей — це не короткий і тяжкий відрізок життя хворих і немічний людей, як багатьом здається. Це значний за своєю тривалістю і соціально-психологічною значимістю період індивідуального шляху особистостей, які не бажають існувати на узбіччі життя. Людина, що старіє, має розвивати і будувати своє майбутнє й перешкоджати минулому поглинути її актуальне, дієве сучасне. Вік як такий не має орієнтувати людину на пасивність і замкненість зоною повсякденності — це, мабуть, основне завдання людини, що старіє. У науковій літературі немає єдиної думки щодо розгляду старості як певного періоду процесу розвитку або як статичної завершальної стадії, що супроводжується певними регресивними змінами особистості. Розглянемо деякі положення з цього приводу.

Вважати літній вік віком розвитку, затверджувати унікальне місце старості в життєвому циклі людини, системно аналізувати старість доцільно, спираючись на положення, що існують в психології, зокрема на вчення Л.Виготського. Вік, за визначенням Л.Виготського, — це відносно замкнений цикл, що має свою структуру і динаміку [10, с. 4–20]. Структура віку містить характеристику соціальної ситуації розвитку, яка веде до певного типу діяльності, певного стилю життя і психологічних особистісних новоутворень. Поняття “соціальна ситуація розвитку”, введене Л.Виготським для визначення головного компоненту структури віку, означає місце людини в системі суспільних відносин.

Соціальна ситуація розвитку в старості пов’язана з відходом від активної участі в продуктивному житті суспільства, з виходом на пенсію. І саме вихід на пенсію деякі вчені визнають початком цього віку. І це не випадково. Трудова діяльність у циклі індивідуального життя забезпечує людині не лише матеріальні блага, а, що дуже важливо, необхідні й значні соціальні зв’язки, певне місце в соціальній структурі суспільства. Втрата суспільного і соціально значимого місця пов’язана із втратою джерел соціально-психологічних стимуляцій, із розривом сформованих професійних і міжособистісних відносин. Психологи відзначають, що зміна соціальної ситуації розвитку призводить до динаміки провідних

мотивів літньої людини ще в період підготовки до виходу на пенсію. Із виходом на пенсію стан і роль людей змінюються: вони набувають нового соціального статусу. Кожна людина, яка виходить на пенсію, по-різному переживає цю подію. Залежно від того, яке ставлення формується у неї в процесі усвідомлення даного факту, відбуваються відповідні зміни в її сфері мотивацій і потреб.

Зміна соціальної ситуації розвитку в зв'язку із виходом на пенсію переживається людьми похилого віку неоднаково, що зумовлює різні стратегії адаптації до старості.

На думку багатьох зарубіжних і вітчизняних дослідників, у зв'язку з усвідомленням наслідків, пов'язаних із відходом людини від активного професійного і громадського життя, період прийняття рішення завершити суспільну і трудову діяльність і сам вихід на пенсію виявляються найважчими для літньої людини. Людина усвідомлює, що її досвід і знання вже менш значимі для суспільства, ніж перспективність і оперативність молодого працівника, що суспільство, соціальне оточення не виявляє бажання миритися, а іноді відверто негативно ставляться до звичок, стилю і способу її життя. Вихід на пенсію для багатьох людей стає вельми болісною проблемою, своєрідною нормативною віковою кризою, яку вони долають поступово, із великими ваганнями.

Саме в цей період життя старої людини створюється ситуація, що характеризує будь-яку кризу: суперечності між обставинами життя (зміна соціального статусу) і потребами людини (потреба продовжувати соціально необхідну роботу, потреба в збереженні свого статусу в сім'ї, суспільстві). Зміст цієї головної кризи пізнього вікового періоду полягає в зміні внутрішньої позиції щодо свого життя, прийнятті нового етапу життєвого шляху, переоцінюванні цінностей. Якщо літня людина усвідомлює зміст, завдання, варіанти проходження цієї нормативної вікової кризи, вона виявляється більш готовою до зміни способу життя, внутрішньої позиції стосовно свого життя. Міра задоволеності новим статусом і весь образ та стиль подальшого життя перебувають у прямій залежності від усвідомлення й сприйняття процесу старіння, вміння будувати своє життя. Таке усвідомлення відбувається поступово в процесі проходження вікових етапів, стадій старіння.

На думку Д.Бромлея, відхід від активного життя в циклі старіння проходить три стадії: "віддалення від справ (65–70 років);

старезність; хвороблива старість і смерть”. Перші дві стадії характеризуються підвищенням вразливості до порушень в звичному життєвому циклі та “психічним безладдям” у найближчому оточенні, зростанням потреби в комунікації, загостренням почуття спорідненості і прихильності до близьких людей, звільненням від службової ролі і суспільних справ чи продовженням певної діяльності з метою підтримки авторитету, значимості особистості; адаптацією до нових умов життя без постійних і напружених занять; погіршенням фізичного і розумового стану. Старість характеризується Д.Бромлеєм дуже лаконічно: повна незайнятість у суспільстві, відсутність будь-яких ролей, крім сімейних, зростання соціальної ізоляції, поступове скорочення близьких людей, особливо однолітків, фізична і розумова недостатність [11, с. 19].

Разом з тим інші дослідники, наприклад Е.Еріксон, залишали за старістю можливість кожної людини здійснювати особливий шлях життя, який значною мірою визначається характером проходження попередніх етапів. Тому, вважав Е.Еріксон, варто визнати за старістю право і необхідність вибору змісту і мети життя, а також можливості прогресивної чи регресивної зміни особистості. У цілому вільний, хоча і важкий вибір дає змогу характеризувати старість як своєрідний вік розвитку, вік остаточно не використаних потенційних можливостей, життєвого ресурсу, які дають можливість протистояти тотальному вгасанню. Відповідно до цього вибору стратегія адаптації у старості є важливою діяльністю і може бути спрямована або на збереження особистості (підтримка і розвиток її соціальних зв'язків), або на “виживання” її як індивіда із поступовим згасанням фізичних, фізіологічних і психофізіологічних функцій. Тому вибір, який здійснює літня людина, стратегія адаптації забезпечує різні якості, різні стилеві особливості життя, збереження чи втрату соціально значимого місця в суспільстві.

Як відомо, головна особливість адаптації полягає у тому, що обидві сторони процесу — індивід і соціальне оточення — являють собою активні системи, тобто взаємно адаптуються. Суб'єкт адаптації виступає як особистість з усіма сформованими на цей момент соціальними властивостями. По-перше, він не лише пристосовується до певних природних і соціальних умов, а й змінює, пристосовує “під себе” ці умови, перетворює своє середовище тією мірою, якою це виявляється необхідним для нормального функціонуван-

ня і діяльності людини. Момент пристосування виступає у цьому разі не як мета, а як засіб чи умова активного впливу на середовище та його перетворення. По-друге, сама доцільність і цілеспрямованість людини як суб'єкта адаптації забезпечує створення оптимальних умов для її життєдіяльності. Особливість адаптації старої людини полягає в тому, що відбувається процес її входження в нову пенсійну стадію життя, вільне від роботи соціальне середовище й такого взаємного пристосування їх, яке сприяє збереженню і нормальному функціонуванню сутнісних сил особистості. Адаптація є безперервним для кожного етапу і поновлюваним процесом дедалі повнішої реалізації потреб, інтересів, очікувань особистості, а також безупинним процесом удосконалення взаємовідносин особистості і нового соціального оточення. Стратегія реалізації потреб, інтересів мотивує поведінку людини, спрямовує на освоєння нової ситуації життя. Зрештою виникає можливість не тільки осмислювати своє нове становище, не тільки констатувати події, а й планувати їх, змінювати свою поведінку. Метою поведінки старої людини стає досягнення адекватної оцінки, змін обставин життя й нової ситуації загалом, визначення значущості цих змін для себе і для успішної взаємодії із середовищем, а також необхідності коригування цієї взаємодії, шляхів її здійснення. Таким чином, психологічна адаптація, яку першою чергою проходить стара людина, являє собою процес мотивації адаптивної поведінки, формування мети та програми її реалізації, що виникає у відповідь на значущу новизну становища. У кожному конкретному випадку перебіг процесу психологічної адаптації набуває емоційного забарвлення й динаміки відповідно до особливостей характеристик психіки індивіда. Однак щоби не переоцінити впливу психіки людини на процес адаптації, слід пам'ятати, що роль психічного у цьому процесі зводиться переважно до усвідомлення, мотивації й надання йому особистісної специфіки.

Залежно від особистісної специфіки дослідники виокремлюють дві стратегії адаптації до пенсійного періоду — збереження себе як індивіда і збереження себе як особистості. Ці стратегії визначають характер особистісних змін у старості, а також тип старості. І.Кон наводить таку класифікацію. Перший тип: активна творча старість — людина живе повноцінним життям, не відчуває меншості — передає професійний, життєвий досвід молодшому

поколінню, активна в політичному, громадському житті. Другий тип старості характеризується тим, що пенсіонери займаються справами, на які у них раніше не було часу: самоосвітою, відпочинком, розвагами тощо, для цього типу старих людей також характерні соціальна і психологічна пристосованість та адаптація, але енергія спрямована головним чином на себе. Третій тип (це переважно жінки) — весь свій час і сили віддають сім'ї, дітям, онукам. А оскільки хатні справи невичерпні, то жінкам ніколи нудьгувати, хандрити. Однак, відзначають психологи, задоволеність життям у цієї групи людей нижча, ніж у перших двох. Четвертий тип — це люди, сенсом життя яких стає турбота про власне здоров'я. Із цим пов'язані різноманітні форми активності і моральне задоволення. Але водночас виявляється схильність (частіше у чоловіків) до перебільшення своїх реальних і вигаданих хвороб, підвищена тривожність. Численні класифікації старіння знаходимо у західній і у вітчизняній літературі [12]. Різні типи старіння, психологічні особливості старості різних людей залежать від зміни їхньої соціальної ролі та місця в соціальній структурі суспільства, а також від особистого ставлення до процесу старіння, яке стає новою ціннісною життєвою установкою і визначає певну стратегію адаптації до пенсійного періоду. Як уже зазначалося, існують дві стратегії адаптації до пенсійного періоду, які визначають характер особистісних змін у старості, стильові особливості способу життя.

Відповідно до першої стратегії адаптації до пенсійного періоду (збереження себе як індивіда) втрата значимих глибинних соціальних зв'язків відбивається на важливих особливостях психічного життя: зниженні поведінкового контролю, втраті чутливості. Ослаблення поведінкового контролю означає наростання егоцентричності в старості, переконаності цих людей у незаперечній справедливості їхньої позиції в різних життєвих обставинах, нетерпимістю до заперечень. Зниження функції детермінації й саморегуляції свідомої регуляції своєї поведінки з навколишніми людьми веде до зниження емоційного контролю, і як результат маємо “загострення” особистісних негативних рис — переростання обережності в підозрілість, байдуже ставлення до сьогодення і майбутнього.

Як наслідок, людина не “володіє” сьогодишнім світом, соціально не причетна до нього, а стратегія її поведінки з навколишнім світом характеризується обивательським поняттям “доживати свій

вік”. Емоційні переживання як суб’єктивна сторона цієї своєрідної картини світу спрямовані на захист літньої людини від некерованого реального життя і на стабілізацію її психічних станів. Як наголошує Г.Абрамова, егоїстична стагнація у старості характерна для тих старих людей, які відмовилися від власних виявів своєї суті і не занурилися в глибини власного “Я”, а залишилися в минулому і втратили зв’язок із сьогоденням [13].

Особистість людей, які обрали іншу стратегію адаптації до пенсійного періоду, а саме збереження себе як особистості, збереження соціальних зв’язків, підтримку активного спілкування, передання свого життєвого досвіду, у старості, як правило, не зазнає істотних змін. Прийняття ними старості як такої, відкриття в цьому періоді життя нового сенсу, освоєння нових зовнішніх і внутрішніх обставин зумовлює появу нової структури переживань, нових емоційних станів.

Порівнюючи ці дві стратегії адаптації до старості, треба відзначити, що стратегія збереження себе як індивіда спрямована на заощадження емоційних ресурсів, загалом емоційної сфери, тоді як стратегія збереження себе як особистості пов’язана з великими втратами емоційних ресурсів. Але це стимулює життєву активність таких людей, наповнюючи їхнє життя великим змістом. Вияви життєвої активності в різних сферах стають сенсом їхнього життя.

Сформоване таким чином ставлення до самих себе і навколишнього світу породжує нову ціннісну життєву установку, що сприяє правильній оцінці минулого, сьогодення і майбутнього. Сфери емоцій і потреб таких людей характеризуються розширенням, збагаченням новими змістами. В структурі сенсів їхнього життя виокремлюються головні сенси: “служіння Батьківщині”, “боротьба за соціальну справедливість”, “турбота про дітей, їхнє виховання і розвиток”. Ці життєві сенси можуть дістати реалізації в найпростіших справах, але при цьому вони роблять ці справи значимими в плані збереження зв’язків із суспільством, реалізації свого життєвого досвіду. На думку В.Франкла, активність спротиву об’єктивним умовам і обставинам життя при реалізації сенсу життя є необхідною умовою психічного здоров’я і збереження особистості. Важливо наголосити, що усвідомлення нового життєвого статусу напередодні старечого віку, розуміння змісту і сенсу свого нового життя як важливої умови, що забезпечує збереження часової перспективи

(коли майбутнє визнається моментом сьогодення, а сьогодення — моментом минулого і коли в зв'язку з цим сьогодення і майбутнє перестають бути неясними і лякати), визначають цілеспрямованість і волю вибору стратегії адаптації до старості.

Багаторічні моніторингові дослідження Інституту соціології НАНУ фіксують міру задоволеності людей пенсійного віку новою соціальною роллю, обраною активною або пасивною стратегією адаптації до процесу старіння. Важливим показником, що свідчить про рівень адаптованості пенсіонерів до нової соціальної ролі, нових соціальних умов існування, є задоволеність чи незадоволеність виходом на пенсію. Дослідження фіксують особливість: чим старша людина похилого віку, тим меншим є показник адаптованості і більшим — показник неадаптованості. Із віком знижуються адаптаційні можливості до сприйняття соціальних змін, простежується зростання песимізму. Майже половині опитаних пенсіонерів (49,9%) бракує вміння жити за нових умов, і лише 9,1% вважають, що їм вистачає такого вміння¹.

Оскільки люди пенсійного віку становлять значну верству населення, оцінка ними задоволеності своїм становищем у суспільстві є своєрідним показником “соціального благополуччя” всього українського суспільства. Дані моніторингу 2006 зафіксували такі відповіді: “радіше незадоволений” — 63,9% респондентів пенсійного віку, “радіше задоволений” — 10,2%, “важко сказати, задоволений чи ні” — 25,9%.

Люди пенсійного віку, незадоволені своїм становищем, які належать до другого адаптаційного типу, активні в пошуках альтернативних рішень, насамперед це “пошук себе” в новій якості, це випробування своїх сил у різних видах діяльності (у вихованні онуків, у домашньому господарстві, в нових відносинах, в громадській діяльності тощо), і це самовизначення методом “проб і помилок”. Однак найпривабливішим для них залишається відновлення постійної роботи, оскільки в цьому разі значно підвищується почуття власної значимості.

¹ Дані з моніторингу ІС НАНУ 2006 року, обчислені після фільтрації вибіркової сукупності (N=1800) за ознакою досягнення пенсійного віку (жінки — 55 років, чоловіки — 60 років). Похилий вік: 55–70 років для жінок, 60–75 років для чоловіків.

Утім, наважитися на таке рішення й реалізувати його не так просто: з одного боку, приваблюють переваги непрацюючого пенсіонера (вільний час), з іншого — зростають вимоги людини до умов майбутньої праці, котрі не завжди можуть бути задоволені суспільством. Проте такі наміри є у багатьох людей, що вийшли на пенсію. Прагнення повернутися на постійну роботу визначають як матеріальні, так і моральні чинники. Вони можуть бути пов'язані із прагненням “встигнути” зробити те, що не встиг (особливо в професійному плані, а також прагнення залишити про себе “добру пам'ять” на роботі, прагнення передати свій досвід учням і послідовникам, підготувати собі “гідну заміну” на роботі).

Багаторічні моніторингові дослідження свідчать, що особливою цінністю для людей похилого віку є сім'я, яка допомагає пенсіонерів адаптуватися до нових умов існування після виходу на пенсію. Старі контакти (з колегами по роботі) на початку пенсійного періоду ще зберігаються, але надалі стають менш вираженими. Залишаються контакти з близькими людьми і родичами. Процес адаптації до нової ролі стає більш ефективним, коли з боку родичів надається увага і особлива тактовність у подоланні пенсіонером відчуття неповноцінності в зв'язку з погіршенням матеріального становища й отриманням “жалюгідної пенсії”. Сім'я залишається головним соціальним інститутом, якому найбільше довіряють люди. Сім'ї та родичам цілком довіряють 61,8% опитаних. Але, на жаль, матеріальне становище більшості сімей пенсіонерів залишається низьким, що не може не позначатися на стосунках членів сім'ї. Матеріальне становище сім'ї, як відомо, є головним чинником, що визначає якість життя (харчування, відпочинок, можливості лікування тощо).

Визнання людей похилого віку повноцінними та повноправними членами суспільства залежить від взаємодії з суспільством загалом. Суспільне визнання (повага з боку друзів, колег, співгромадян), співчутливе ставлення є конче важливими для старої людини. На жаль, українські пенсіонери дають доволі низькі оцінки за цими показниками. Бракує доброти й співчутливого ставлення 44,6% опитаних пенсіонерів, справедливої оцінки заслуг перед суспільством — 49,7%, а звідси — низькою є самооцінка цих людей. Тому міра матеріальної, психологічної, соціальної підтримки з боку суспільства, держави є важливим чинником психологічного здоров'я

старих людей, сприяє успішній адаптації цих людей до процесу старіння. Відомо, що соціальна адаптація (як і психологічна, про що йшлося вище) в широкому сенсі є способом як пристосування їх до суспільства, так і суспільства до цієї категорії людей. Успішний процес адаптації характеризується збереженням соціальних зв'язків старих людей, бо сенс життя переживається ними “як причетність до життя”, до суспільних подій у країні.

Наостанок як висновок можна зазначити, що існують особливості особистісних змін людей пенсійного віку. Ці люди переживають своєрідну вікову кризу, що супроводжується певними особливостями перебігу порівняно з іншими віковими категоріями людей. Людина цього віку має визначити ставлення до власної старості. Період виходу на пенсію виявляється найважчим для літньої людини. Віддалення від референтної групи на роботі, припинення трудової діяльності може супроводжуватися відчуженням і тривогою, що фіксують моніторингові дослідження Інституту соціології. Але подальше життя людини на пенсії, її психологічний стан залежать від стратегії адаптації до старості, яку вона обере серед хибного шляху “збереження себе як індивіда” та правильного “збереження себе як особистості”. Дослідження свідчать, що значна кількість опитаних незадоволені своїм життям, простежується зниження інтересу до життя, незадоволеність собою й наростання відчуття самотності.

Самотність як соціальне і психологічне явище

Самотність — одна із віковічних проблем людства. Дослідження проблем самотності має давню традицію в західній культурі й літературі. Спільність і самотність, без сумніву, є основними видами людського існування. Спільність як атрибут людського буття завжди дістає позитивні відчуття в суспільній свідомості та суспільних науках, тоді як самотність часто сприймалася як негативне явище. Хоча треба відзначити, що і позитивна оцінка цього явища не чужа західній культурі. Свідчення цього можна знайти в релігійних традиціях багатьох конфесій, де самотність розглядалася як необхідна умова індивідуального самовизначення й набуття соціальних навичок. Спосіб життя ченців, які дотримувалися “великого відсторонення”, стверджував “позитивну самотність”, яка сприяла внутрішньому вдосконаленню людини [14]. Свого часу

проблема самотності та спільності розглядалася М.Бердяєвим. Людина, на його думку, в своїй немічності й покинутості шукає спасіння в колективах і спільнотах, які завжди авторитарні, в них центр свідомості та сумління перебуває поза особистістю. Людина, на думку М.Бердяєва, має священне право на самотність, позаяк через самотність народжується особистість, формується самосвідомість особистості, в самотності переживається одиничність та неповторність людського “Я” [15]. Протилежні явища спільності і самотності насправді перебувають у багаторівневій взаємодії. Ця точка зору деяких вчених виходить з розуміння самотності, яке здавна було розроблено у філософській, теологічній і соціологічній літературі і яке наголошує діалогічний характер самотності (К.Ясперс, М.Вівеч). Вони стверджували, що справжня індивідуальність можлива тільки завдяки комунікації, діалогу — невід’ємним атрибутам спільності. Конкретний індивід у своїй сутності є завжди єдність і реальне місце людського переживання, людського пізнання та людської свідомості.

Спільність, без сумніву, є необхідною умовою індивідуального буття, однак вона ніколи не може бути місцем переживання, пізнання та свідомості. Найяскравіше це простежується на прикладах ідеологічно спрямованої спільності (партії, профспілки тощо). Це пояснюється тим, що міжлюдські зв’язки у визначеній та організованій спільності не посилюються, а навпаки, слабшають. Таким чином, самотність і спільність переживаються та пізнаються завжди самим конкретним індивідом.

У сучасному суспільстві самотність стала настільки поширеним явищем, що цілком справедливо вважається однією із глобальних проблем сьогодення. Дослідники цієї проблеми вважають, що самотність пов’язана з переживанням людиною її відірваності від спільноти людей, сім’ї, історичної реальності. Існують різні види самотності: епізодична, яка сприймається як природний стан людини, тривала, яка знищує життєві сили і, нарешті, самотність як стан безвиході, що не дає змоги людині протидіяти такому стану. Це вже кризова самотність.

Самотність належить до тих понять, реальний життєвий зміст яких, здавалося б, вважається зрозумілим навіть буденній свідомості. Проте подібна ясність оманлива, бо приховує вельми складний і суперечливий зміст, який потребує нагального розкриття,

позаяк кризова самотність — це головна проблема при розв’язанні завдань психологічного благополуччя особистості, її соціального здоров’я та здоров’я всього суспільства. Таким чином, самотність — складне явище, з багаторівневим і суперечливим характером. Ця суперечність виходить із самої сутності людини, її буття. Людина, з одного боку, індивідуальна особистість, яка потребує автономії й індивідуалізації. З іншого — вона творіння суспільне, яке потребує єднання із собі подібними, постійних контактів. Тому втрата контактів, самотність є для людини серйозною проблемою.

На жаль, дослідники різних галузей знань — психологи, соціологи, соціальні психологи, медики, як і самі самотні люди — поставлені в глухий кут виявами самотності, які іноді загрожують життю людини чи її щастю. Ми не знаємо точно джерел самотності, так само як і її наслідків. Тому маємо незначну кількість масштабних досліджень у вітчизняній науці з проблем самотності [16], натомість у західній літературі, зокрема в працях американських соціологів і психологів феномен самотності вивчається поглиблено. Однак дані багатьох досліджень західних вчених неможливо зіставити з нашою реальністю з причин різних соціальних і культурних умов життя. Але найбільш узагальнені висновки та спостереження, що об’єктивно характеризують специфічну природу самотності, становлять безумовну цінність.

Важливою проблемою є сприйняття самотності суспільством як певного способу життя. Наприклад, як суспільство ставиться до людей, що живуть поза шлюбом і чи відчуваються самотніми ці люди. Несприйняття суспільством такої свідомої самотності зумовлене системою моральних норм суспільства. Людина, яка зробила свій вибір і не увійшла до соціальної структури суспільства (сім’ї, наприклад), не завжди позитивно сприймається суспільством. Так зване співчуття, а іноді жалість до людей, які не змогли влаштувати особисте життя, — неодружених чоловіків і старих дів — насправді є виявом глибоко прихованих почуттів: з одного боку, соціального несприйняття як таких, що не “вписуються” в загальноприйняті норми соціального життя, а з іншого — почуття заздрощів як до таких, що знайшли сміливість відмовитися від “суспільного” на користь життя усамітненого. Традиційно старість з її хворобами, обмеженням соціальних зв’язків, погіршенням матеріального становища, зростаючою залежністю і зменшенням

самотійності вважається найсамотнішим періодом у житті людини. І це справді так. Реальність старіння породжує багато причин самотності: вмирають старі друзі, і хоча їх можна замінити новими знайомими, це не втішає стару людину. Дорослі діти віддаляються від батьків, і їх можна зрозуміти — вони мають власні проблеми, що потребують розв'язання. З метою ліпшого пристосування до середовища людині потрібен хтось, до кого вона особисто прив'язана, і численні друзі. Дефіцит кожного з цих типів відносин може призвести або до емоційної, або до соціальної самотності. Тенденції невпинного зростання самотності в похилому й старечому віці за сучасних умов і в майбутньому загострюють цю проблему, роблять важливим її поглиблене дослідження силами не лише медиків, а й соціологів, демографів, психологів, економістів.

Нами зроблено спробу висвітлити зміст феномена самотності, її характерні ознаки, складність цього явища, необхідність оцінювати його з урахуванням соціального контексту. Інтерес становить аналіз чинників, що ускладнюють переживання самотності і роблять її більш загрозливою для фізичного і соціального самопочуття людей. Поширенню явища самотності індивідів сприяє зростання такого соціального феномена нашого часу, як суспільна аномія, тобто руйнування нормативної системи, заперечення моральних норм, нехтування ними. Криза або руйнування усталених суспільних нормативів болісно сприймається особистістю, особливо людьми з нерухливим складом психіки, оскільки йдеться про повсякденне життя людей, в якому панує, мусить панувати розпорядок і порядок, стереотипні зразки повсякденних рішень і актів поведінки. Втративши звичні усталені суспільні нормативи, така людина відчуває відсутність чогось важливого в житті, навіть катастрофу, і це поприроджує стан заглибленості в себе, почуття самотності.

Соціальний контекст самотності буде розглянуто з урахуванням даних моніторингу Інституту соціології 2006 року*.

Необхідно розрізняти самотність як продукт розпаду міського життя, як стиль життя, і самотність як концентрацію людини на

* Усі наведені у розділі дані отримано й обчислено після фільтрування з основного масиву вибіркової сукупності (N = 1800 респондентів) за ознакою досягнення пенсійного віку (жінки — 55 років, чоловіки — 60 років). Похилий вік: 55–75 років жінки, 60–75 років чоловіки, що проживають на самоті, ізольовано. Кількість таких осіб: жінки — 92, чоловіки — 13.

своїх внутрішніх духовних потребах. Самотність не може порівнюватися тільки до фізичного стану ізолюваності людини. Значення ізоляції здебільшого залежить від того, як людина оцінює її. На противагу стану ізоляції, що є об'єктивним, самотність — це суб'єктивне внутрішнє переживання зі своїми характерними структурними елементами.

Багато людей відчувають болісну самотність не в ізоляції, а в тому чи іншому співтоваристві, в лоні родини і навіть серед друзів. Бути разом з іншими, як і “бути окремо від інших”, є основним чинником людського буття. Самотність — це своєрідна умова спільності, необхідна для людського існування. Конструктивне спілкування з оточенням вимагає наявності індивідуальних здібностей бути одному. Тому не слід трактувати самотність як суто патологічне явище. Подолати концепції “дефіциту”, коли самотність розуміється лише як дефіцит соціальних зв'язків, є важливою умовою успішного вивчення цього явища. Одна з найяскравіших рис самотності — специфічне почуття повної заглибленості в самого себе. Почуття самотності не схоже на локальні відчуття, переживання, воно цілісне. У почутті самотності є пізнавальний момент. Самотність є знак моєї “самості”, вона повідомляє людині, хто вона є в цьому житті. Виокремлення феноменологічного і когнітивного елементів веде до розуміння того, що самотність — особлива форма самосприйняття, гостра форма самосвідомості.

У процесі повсякденної самосвідомості ми сприймаємо себе в певному ставленні до навколишнього світу, в контексті складної системи взаємозв'язків. Здатність до самотності, до самодостатності внутрішнього буття є важливою умовою бути соціально визнаним, досягти соціально значимих результатів. Але так само важливим є досвід соціальних зв'язків, належність до спільноти й можливість бути соціально визнаним, які, своєю чергою, виступають необхідною умовою створення здатності бути одному, покладатися тільки на самого себе. Самотність у такому разі є чинником особистісного розвитку, формування способів включення в складну систему людських взаємовідносин. Часто самотність людини виявляється у формі потреби бути включеною до тієї чи тієї групи, або потреби бути в контакті з ким-небудь. Основним моментом у таких випадках виступає усвідомлення людиною відсутності чогось, почуття втрати і навіть катастрофи. Це може бути усвідом-

лення своєї виключеності з тієї чи іншої спільноти й неприйняття тебе іншим. Самотність — гостро суб'єктивне, суто індивідуальне і унікальне переживання, що виражає певну форму самосвідомості, свідчить про розкол основної системи відносин і зв'язків внутрішнього світу особистості. Іноді розлад, що викликає таке переживання, спонукає людину до енергійного пошуку засобів протистояння цій хворобі, оскільки самотність діє всупереч основним очікуванням і надіям людини й тому сприймається як украй небажаний стан. Людина прагне близькості, спілкування, бажаючи заповнити порожнечу пошуками контактів, які б сприяли відновленню розірваної системи зв'язків, допомагали б подолати відсутність включеності в групові форми життєдіяльності, але почуття самотності сковає дії людини, залишаючи її на самоті. Є частка правди у твердженні про унікальність самотності певної людини: моя самотність — тільки моя, і ніхто не може пережити мою самотність, окрім мене [17, с. 25]. Аналізуючи поняття самотності, слід розрізняти, як уж зазначалося, самотність як проблему соціального існування, спосіб життя і самотність як потребу людини бути на самоті; останню вже не можна назвати самотністю. В цьому випадку людина не сприймає свій стан як пасивну відособленість, а цілком заглиблена в почуття внутрішньої єдності, самопізнання й саморозкриття. Свого часу А.Шопенгауер писав, що бути самим собою, бути для себе самого всім і мати можливість сказати: “Все своє ношу з собою” — це відчуття сприяє нашому щастю. Саме свідомо самота з самим собою є формою активного відокремлення — це процес живого спілкування зі своїм внутрішнім світом, процес самотності, так необхідний для розвитку людини як самотньої особистості. Зразками такого внутрішнього живого діалогу є творча діяльність людини, неповторність створюваних нею образів, мелодій, думок. Несвідоме людини в такому стані активізується, активно стає споглядальність, і з людини, що споживає (образи, думки), вона стає людиною-творцем завдяки внутрішньому розкріпаченню, стає самотньою, вона задоволена своєю самотністю. Бути активним означає дати можливість проявитися своїм здібностям, таланту, всьому багатству людських якостей. Це означає оновлюватися, пізнавати багатство буття, це цілеспрямованість на буття, поглиблене розуміння та почуття одиничності — це самотуття.

Щоби зрозуміти одиничність, необхідно пройти кризь самотність як початковий етап на шляху до гармонії світу із самим собою. Саме тому коли людина пізнає світ, вона передовсім намагається заховатися, захистити себе, і кидається в самотність, у пасивність як надійне прикриття. Однак не слід перебільшувати значення цього прикриття. Із часом за сприятливих умов і зовнішніх стимулів або внутрішньої несвідомої потреби людина вчиться жити, творити, відчувати, тобто стає особистістю, яка прагне спілкування із зовнішнім світом. Ця самотність усвідомлена, спрямована на буття, на активне внутрішнє життя, людські переживання, депресію тощо.

Було б помилковим вважати перетворення самотності на величезне прикриття, що охоплює більше явищ, ніж передбачає саме поняття самотності, наприклад, страх, депресію, відчуження, роздратування, які мають до нього лише частковий стосунок. У сучасному суспільстві почуття страху, наприклад, часто асоціюється із самотністю. У деяких випадках страх може призвести до стану самотності, а в інших — самотність продукує страх, але, мабуть, не можна погодитися, що страх — невід’ємна частина самотності. Ці явища можуть бути пов’язані із виявом самотності, але від них слід абстрагуватися в процесі визначення цього поняття.

Самотність являє собою комплексне почуття, що пов’язує воедино щось утрачене внутрішнім світом особистості. Самотні люди відчуваються покинутими, забутими, обділеними, непотрібними. Так, за даними моніторингу Інституту соціології 2006 року, на запитання “Чи часто Ви відчуваєтеся самотньо?” 23,1% респондентів-чоловіків відповіли “Досить часто”, постійно відчуваються самотніми 15,4% опитаних чоловіків, “зрідка” — 30,8%, практично ніколи — 15,4%. Що стосується опитаних жінок, тут ситуація виглядає так: досить часто відчувають себе самотніми 25%, постійно — 15,2%, зрідка — 28,3%, практично ніколи — 8,7%.

Інтерес становить аналіз причин самотності, які фіксують психологи. Це, по-перше, емоційна ізоляція — свобода від прихильностей; по-друге — соціальна ізоляція — відчуженість, нудьга, відсутність близьких друзів (“біла ворона”). Слід зробити застереження, що емоційна і соціальна самотність не обов’язково виключають одна одну, а часто навіть взаємодоповнюють, хоча емоційна ізоляція є радше внутрішньою, глибокою і вона важче долається

особистістю. Самотність соціальна — це радше самотність зовнішня. Її характеризують дефіцит спілкування, утвердження, визнання, але не дефіцит розуміння, довіри і близькості — як у разі емоційної ізоляції.

Дослідники вирізняють низку чинників, що зумовлюють виникнення самотності особистості:

- 1) свобода від прихильностей;
- 2) відчуження, нерозуміння з боку інших людей;
- 3) самотність, відокремленість, необхідність жити одному (скорбота, розлучення тощо);
- 4) змушена ізоляція (наприклад, тяжко хворий);
- 5) зміна місця проживання.

Чинники, що викликають самотність, своєю чергою, характеризуються певними реакціями на цей стан. Це, зокрема:

1) туга, пасивність — вони найтісніше корелюють з поняттям самотності;

2) активне відокремлення — людина в цьому разі не відчуває негативних емоцій з приводу своєї самотності. Навпаки, вона займається улюбленою справою, реалізує свої творчі задуми тощо; цей стан найменше корелює з поняттям самотності;

3) самотність долається за допомогою грошей — людина розважається, робить покупки тощо;

4) ще одна реакція на самотність — розширення та поглиблення контактів. Людина активно спілкується, починає дзвонити по телефону, відновлює контакти зі старими друзями, заводить нові знайомства. У такий спосіб людина намагається заповнити внутрішню спустошеність зовнішньою соціальною активністю.

Аналіз цих реакцій особистості на самотність свідчить, що, наймовірніше, лише перша реакція є справжньою реакцією на самотність, яка набуває характеру важкої форми самотності. У решті випадків почуття самотності для людини є випадковим.

Важка форма самотності може означати безладдя й порожнечу і викликати почуття безпритульності, відчуття того, що людина скрізь “не на своєму місці”, а це породжує тривогу і страх і може вести до розвитку важкого розладу особистості. Дегуманізація суспільства постіндустріальними цінностями й стереотипами, масова комп’ютеризація сформували сучасний тип людини, яку Е.Фромм назвав ринковою, з ринковою орієнтацією, дії якої спрямовані

насамперед на володіння: авторитетом, владою, грошима тощо, а відтак безкінечно самотньою через страх утратити все те, що вона має, чим володіє. Ця важлива проблема, звісно, заторкує життя сучасного українського суспільства, де спостерігаються аналогічні тенденції.

Існує самотність чоловіча і самотність жіноча, існує самотність старості і самотність юнаків. Демографи фіксують самотність статистичними даними — цифрами за тими чи іншими показниками, зокрема й гендерним. Так, виявилось, що люди, які перебувають у шлюбі, живуть удвічі довше, ніж одинаки, рівно як і вдови та розлучені. Одружені чоловіки вмирають раніше, ніж одинаки, а вдови — раніше від одружених. Взагалі констатується, що старіння (особливо серед тих, кому за 80) є явищем суто “жіночим”. Кількість чоловіків і жінок приблизно однакова лише до 45-річного віку (це в тих суспільствах, де війни не вносять змін у загальну картину). Після цієї межі відсоток смертності у чоловіків зростає швидше, тож у 70 років на 6 жінок припадає приблизно 5 чоловіків, а до 80 років це співвідношення становить 4 до 1 [18, с. 34]. Популярна концепція пояснює це тим, що традиційно чоловіки ведуть більш активний фізичний спосіб життя. Однак таке пояснення викликає сумнів у багатьох дослідників, оскільки порівняння чоловіків та жінок з однаковим рівнем активності все одно свідчить про вищий відсоток смертності “сильної статі”. Та попри це складна взаємодія фізичних і зовнішніх чинників, а також різниця в соціальній поведінці (частіший ризик життям у чоловіків) здатні відігравати значущу роль [17]. Такі дані дають підстави для висновку про самотність як факт соціальної дійсності і про її вплив на тривалість життя.

На особливу увагу заслуговує проблема самотності життя людей похилого та старечого віку. Втрата одного з партнерів тієї чи іншої статі зазвичай більш негативно впливає на жінок, ніж на чоловіків. Дослідники констатують, що це може бути пов’язано з тим, що в традиційних гендерних (стереотипних) ролях статус заміжньої жінки визначається “наявністю” чоловіка, тоді як для чоловіка цей статус не такий важливий. Крім того, овдовілий чоловік зазвичай більш захищений з фінансового боку і має більше можливостей знайти іншого партнера. Натомість загалом численні дослідження спеціалістів свідчать, що самотність долається літніми людьми навіть більш успішно, ніж молодими. У людей старшого віку — і чо-

ловіків, і жінок — як правило, вища самооцінка, ніж у тих, кому 25–30 років, тому літні люди почуваються більш незалежно. Проблема самотності має специфічні риси в кожному віці. Вплив самотності на людину суттєво змінюється впродовж розвитку особистості і суттєво залежить від соціальних чинників.

Старіння людини — це складний процес, в якому біологічні чинники щільно пов'язані із соціальними. Самотність, яку відчуває стара людина в суспільстві, в жодному разі не дорівнює фізичному стану ізольованості, який є об'єктивним та зумовленим зовні. Навпаки, самотність — суб'єктивне внутрішнє переживання, що здебільшого виникає і найгостріше відчувається в ситуаціях інтенсивного спілкування (робота, коло друзів, сім'я). В суспільстві масової інформації, масових форм буття примусове спілкування часто втрачає індивідуальність, глибину, інтимність, перетворюючись на масового тирана особистості, який поглинає все внутрішнє духовне життя людини. Унаслідок цього в неї з'являються і загострюються потреби в увазі до себе, співчутті, розумінні з боку інших людей, суспільства загалом, які цілковито ніколи не задовольняються, що й породжує відчуття самотності. На відміну від ізольованості, яка може бути добровільно сповненою внутрішнього сенсу, позитивно впливати на стан людини, самотність викликає тривогу, страждання, почуття безнадії, яке виснажує і знищує душевні й життєві сили людини. Стаючи хронічним переживанням, самотність може викликати різноманітні нервові захворювання, стимулювати розлади, змінювати структуру поведінки, яка може стати згубною як для самої людини, так і для суспільства. Тому серед чинників, які сприяють фізичному і духовному здоров'ю, великого значення набуває статус старої людини в суспільстві, національна політика держави в організації медичної й соціальної допомоги людям похилого віку. Загрозливий психофізичний стан, поглиблення почуття самотності долаються гуманістичним ставленням держави, громадських організацій і всіх членів суспільства до цих людей. Чи задоволені вони своїм становищем у сучасному українському суспільстві? Відповідаючи на запитання моніторингу: “Якою мірою Ви задоволені в цілому своїм положенням в суспільстві?”, 46,2% опитаних чоловіків і 50,7% жінок відповіли: “Радше незадоволені”.

За сучасних умов життя старшого покоління характеризується такими рисами, як малозабезпеченість, незадовільний стан здоров'я, самотність, які в сукупності призводять до матеріальної та

фізичної залежності, зростання потреби осіб похилого віку в соціальній допомозі та підтримці з боку держави. Відповідаючи на запитання моніторингу: “Чого Вам бракує в житті?”, переважна більшість людей похилого віку, що живуть самотньо, відповіли: “Державного захисту від зниження рівня життя” (79,3% жінок, 53,8% чоловіків); “Доброти та співчутливого ставлення людей, що їх оточують” (76,2% чоловіків, 44,6% жінок). Звідси досить песимістичною є оцінка перспектив майбутнього життя; їм бракує почуття внутрішнього задоволення, переважає поганий настрій: “Я відчуваю напругу, роздратованість” — так відповіли 25% респондентів жіночої статі; “страх, нудьгу” назвали 19,6% жінок і 15,4% чоловіків. Не вистачає цим людям впевненості в тому, що ситуація в країні поліпшуватиметься — так відповіли 64,1% жінок і 38,5% чоловіків.

При наданні допомоги самотнім людям необхідно враховувати багатоманітність чинників, що зумовлюють самотність. Дружні зв'язки, соціальне оточення й індивідуальна діяльність — альтернативні шляхи медичному втручання в справі надання допомоги самотнім. На запитання моніторингу “Які види реальної соціальної допомоги Ви отримали за останні 12 місяців?” переважна більшість респондентів (37,4% жінок і 30,8% чоловіків) відповіли, що потребували допомоги, але не отримали жодної. Послугами соціальних працівників також користувалася незначна частка респондентів — 1,1% жінок і 7,7% чоловіків. У розв'язанні проблеми самотності важливого значення набувають заходи соціальної реабілітації й соціальної допомоги людям похилого віку, особливо самотнім. Соціальна реабілітація — це комплекс соціальних, економічних, медичних, юридичних професійних заходів, які сприяють забезпеченню необхідних умов життєдіяльності та поверненню цієї групи населення до активного життя суспільства. Суспільству необхідно прагнути того, щоб мати якомога більше людей, добре пристосованих до життя й задоволених ним у період старості. А цьому має сприяти відповідна соціальна політика держави, спрямована на поліпшення матеріального становища та психологічного комфорту старих людей.

Проте самопочуття літніх людей багато в чому залежить від них самих. Важливою умовою підтримки високого рівня активності й оптимістичного світовідчуття на завершальному етапі життя є здатність людини чітко усвідомлювати та цілеспрямовано розв'язувати

проблеми, властиві цьому віку. Людина має сама мірою своїх фізичних можливостей не лише виявляти практичну активність, а й мобілізувати силу волі, душевні якості, утверджуючи дух оптимізму.

Література

1. Стиль жизни личности // Теоретические и методологические проблемы. — К., 1982.
2. Статистичний щорічник України за 2005 рік — К., 2006.
3. *Шахматов Н.Ф.* Психическое старение. — М., 1996.
4. *Эриксон Э.* Детство и общество. — СПб., 1996.
5. *Шахматов Н.Ф.* Старение — время личного познания вечных вопросов и истинных ценностей // Психология зрелости и старения. — М., 1998. — № 2. — С. 14–20.
6. *Анциферова Л.* Новые стадии поздней жизни: время тёплой осени или суровой зимы // Психологический журнал. — Т.15. — 1994. — № 3.
7. *Рошак К.* Психологические особенности личности в пожилом возрасте : Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. — М., 1990.
8. *Болтенко В.В.* Изменение личности у престарелых, проживающих в домах-интернатах : Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. — М., 1980.
9. *Шмелёва Н.Е.* Третий возраст и его проблемы // Российский журнал социальной работы. — М., 1995.
10. *Выготский Л.С.* Проблема возраста : Хрестоматия по детской психологии. — М., 1996.
11. *Ян Стюарт Гамильтон.* Психология старения // СПб.; М.; Харьков; Минск, 2002.
12. *Медведева Г.И.* Введение в социальную геронтологию. — М., 2000.
13. *Абрамова Г.С.* Возрастная психология. — М., 1997.
14. *Швалб Ю.М., Данчева О.В.* Одиночество: социально-психологические проблемы. — К., 1991.
15. *Бердяев Н.А.* Я и мир объектов. Опыт философии и общения. — Париж, 1934.
16. *Ануфриева Н.М., Тімакова А.В.* Самотність як прояв кризового стану особистості // Життєві кризи особистості. — К., 1998.
17. Лабиринты одиночества. — М., 1989.
18. Гендер — реалії та перспективи в українському суспільстві. Всеукраїнська науково-практична конференція. — К., 2003.

Наукове видання

СТИЛІ ЖИТТЯ: ПАНОРАМА ЗМІН

(українською мовою)

За редакцією
доктора соціологічних наук *М.О.Шульги*

Авторський колектив:
М.О.Шульга (науковий редактор), Р.А.Ануфрієва,
Н.Л.Бойко, А.О.Зоткін, С.В.Панченко,
М.А.Парашевін, О.С.Резнік, Л.В.Сохань.

Відповідальна за випуск *Т.Загороднюк*
Редактор *В.Гломозда*
Коректор *Л.Тютюнник*
Комп'ютерна верстка *О.Соколова*

Підписано до друку 30.11.2008 р. Формат 60x84¹/₁₆. Папір офс. № 1.
Друк офсетний. Ум.др.арк. 26. Зам. № . Наклад 300.

Видруковано з оригінал-макета, виготовленого в комп'ютерному комплексі
Інституту соціології НАН України. 01021, Київ, вул. Шовковична, 12

Надруковано ТОВ "Поліграфічний центр "Фоліант".
04176, Київ-76, вул. Електриків, 26
Свідоцтво Держкомінформу України (серія ДК № 149 від 16.08.2000 р.)