

УДК 316.3 (477)

О. Є. Сакало
кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри політекономії
Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка

ЦІННІСНИЙ ПОРТРЕТ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА: ЗА ДАНИМИ WORLD VALUES SURVEY

На думку багатьох дослідників, одним із фундаментальних інтегративних чинників будь-якого суспільства, соціальної спільноти або групи є система соціальних цінностей. Вони становлять основу культури того чи іншого суспільства, а саму культуру іноді розглядають як опанування дійсності за допомогою цінностей.

Загальне поняття «цінність» було введено до наукового обігу німецьким філософом XIX ст. Р.Г. Лотце. Одне з можливих визначень соціальних цінностей може бути таким: соціальні цінності – це ієрархічно розташовані значення, що впорядковують для людини Всесвіт, довкілля, соціальні відносини, речі тощо. До основних функцій соціальних цінностей належать такі:

- створення своєрідної шкали переваг та орієнтування людини в соціальному просторі;
- мотивування соціальних дій і надання людині виправдання своїх вчинків;
- регулювання соціальної взаємодії та відносин.

За Т. Парсонсом, соціальний порядок залежить від існування загальних, визнаних усіма цінностей, які вважаються легітимними та обов'язковими, виступаючи в якості стандарту, за допомогою якого обираються цілі дій [1, с. 518].

Вивчення соціальних цінностей у міжнародному масштабі є надзвичайно цікавим і надає можливість глибокого багатофакторного аналізу як сучасного стану й особливостей того чи іншого суспільства (країни), так і прогнозування динаміки розвитку суспільств, їх еволюції в тому чи іншому напрямі.

Найбільш масштабним сьогодні міжнародним дослідницьким проектом вивчення соціальних цінностей є «Світове дослідження цінностей» (World Values Survey) (далі – WVS). Засновником і координатором цього проекту є відомий американський соціолог, директор Центру політичних досліджень при Інституті соціальних досліджень Університету штату Мічиган, професор Р. Інглгарт. На сьогодні в межах проекту проведено соціологічні дослідження в 97 країнах, що загалом охоплюють 90% населення планети. Усього з 1981 по 2012 рр. було здійснено 6 етапів опитувань громадської думки [10].

Отже, метою статті є визначення комплексу основних соціальних цінностей або ціннісних орієнтацій, притаманних сучасному українському суспільству, на основі даних соціологічного дослідження WVS.

В Україні опитування в межах WVS проводилися Центром «Соціальний моніторинг» та Українським інститутом соціальних досліджень імені О. Яременка. Останнє опитування в межах шостої загальної хвилі було здійснене у 2011 р. Керівником проекту в нашій країні була О. Балакірева, котра є автором низки робіт із цієї теми [2; 3]. Також серед науковців, які розробляють цю проблему, варто назвати праці А. Ручки [6; 7], Ю. Савельєва [8; 9], В. Місютіної [5].

Дослідження WVS є крос-національними, лонгitudними програмами, що демонструють зміни у світогляді людей, у тому, чого вони хочуть від життя. Соціологи опитують представників усіх прошарків населення, використовуючи стандартизовані опитувальники, за допомогою яких з'ясовуються зміни в цінностях, що стосуються релігії, гендерних взаємин, трудової мотивації, демократії, системи управління в країні, соціального капіталу, участі в політичному житті, толерантності, охорони навколишнього середовища та суб'єктивного відчуття благополуччя тощо. Науковці аналізують вплив змін у цих цінностях на економічний розвиток країни, якість життя людей і демократію. Загалом доводиться теза, що погляди на життя населення країни відіграють

ключову роль у її економічному розвитку, у виникненні та функціонуванні демократичних інститутів, у поширенні гендерної рівності, а також суттєво впливають на ефективність управління. Дослідження здійснюються в країнах із різними політичними режимами, які мають різний економічний розвиток і являють собою багатоманіття всіх культурних форм.

В основу порівняння дослідниками покладена класифікація, котра нараховує 4 типи цінностей, з'єднаних у 2 великі категорії: цінності виживання/самовираження і традиційні/секулярно-раціональні цінності [4, с. 80–84].

До цінностей виживання належать економічна й фізична безпека, матеріальні цінності, нетерплячість до інакودумства, ксенофобія, низька оцінка свободи та прав людини, готовність прийняти авторитаризм, покірність; до цінностей самовираження – високі оцінки особистості, прав і свобод людини, успіху, матеріальні блага, гендерна рівність. Загалом результати досліджень засвідчують, що цінності виживання більш притаманні посткомуністичним східно-європейським країнам і країнам Азії та Африки, а цінності самовираження – жителям Західної Європи й англослов'янським країнам (США, Канада, Австралія). Помічено зв'язок між ступенем поширеності в країні цінностей самовираження та рівнем її благополуччя.

У другій категорії до традиційних цінностей належать релігія, сім'я, патерналізм, соціальний конформізм; до секулярно-раціональних – раціональна поведінка, досягнення успіху, перевага світської держави, незначна роль релігії. Традиційні цінності яскраво виражені в країнах Латиноамериканської Америки та Африки. Натомість секулярно-раціональні цінності притаманні передусім жителям європейських країн із високою часткою протестантизму (Швеція, Швейцарія, Німеччина, Нідерланди) [4, с. 91]. Результати WVS доводять, що економічний розвиток і зростання матеріальних ресурсів призводять до розвитку цінностей самовираження, а на цій основі, у свою чергу, відбувається розвиток і становлення демократії.

Отже, розглянемо, яким чином українці відповідали на основні питання анкети. Зазначимо, що соціологічна вибірка під час опитування нараховувала 1 500 осіб, із них 675 чоловіків і 825 жінок. За віковим параметром вибірка розподілилась так: від 18 до 29 років – 340 осіб, 30–49 років – 489 осіб, 50 і старше – 672 особи. Статистична похибка становила 2,6%.

Відповідаючи на питання про важливість для них тих чи інших соціальних інститутів, явищ, людей тощо (сім'я, політика, друзі тощо), респонденти змалювали таку картину. Абсолютна більшість – 92% – зазначили, що для них дуже важливою є сім'я (ще 6,6% обрали варіант – доволі важливо). 44% опитаних вважають дуже важливими друзів (доволі важливі – 41,6%). Вільний час дуже важливий для 36,9% і доволі важливий для 43,6% респондентів. Натомість політика виявилася дуже важливою лише для 7,4% українців і доволі важливою для 21,1% (зауважимо, що опитування проводилося до глибокої політичної кризи й подій на Майдані 2013–2014 рр.). Робота є дуже важливою для 52,6% і доволі важливою для 26,2% людей. Соціальний інститут релігії виявився дуже важливим для 26,3% і доволі важливим для 34,5% респондентів. Отже, для українців найбільш важливими є сім'я та робота, на відміну від політики. Не настільки важливою є й релігія.

Лише 16,1% респондентів вважає себе дуже щасливими. Ще 52% доволі щасливі. Також тільки 6,0% українців оцінюють стан власного здоров'я як дуже добрий і ще 31,2% як просто добрий.

Серед якостей, котрі наші співвітчизники хотіли б виховати у своїх дітей, найбільш важливими є такі: працьовитість (85,8%), відповідальність (75,5%), терпимість і пошана до інших людей (59%). Натомість найменш необхідними виявилися уява (13%), безкорисливість (19,9%) і релігійність (22,3%).

Прикметним, на нашу думку, є те, що для українців притаманний низький рівень довіри в суспільстві: 70,3% опитаних відповіли, що потрібно бути дуже обережними в стосунках із більшістю людей.

Дослідження продемонструвало, що більшість респондентів не є членом жодних громадських організацій і, відповідно, не бере активної участі в їхній роботі. Лише 0,3% опитаних є активними членами екологічних організацій, 0,7% – професійних об'єднань і по 0,8% – груп самопомоги і взаємодопомоги, організацій захисту прав споживачів і гуманітарних або добродійних організацій, відповідно. Тобто, наведені вище цифри, на жаль, дають підстави говорити про те, що українці мало довіряють одне одному й майже не займаються питаннями екології, допомоги та добродійності, а також захисту власних прав як споживачів.

Говорячи про різні групи людей, із представниками яких українці не хотіли б жити по сусідству, найбільш негативне ставлення отримали наркомани (91,5%), алкоголіки (83,6%) й гомосексуалісти (61,7%). Остання цифра, на нашу думку, свідчить про прихильність наших співвітчизників до традиційних цінностей, з одного боку, і низький рівень толерантності – з іншого. Цей же висновок, вочевидь, до певної міри доповнюють результати з питання: «Чи згодні ви з наступним твердженням: коли робочих місць мало, працевлаштувати повинні давати перевагу українцям перед іноземцями?», на яке 73,8% респондентів дали схвальну відповідь.

Попри традиційні стереотипи, для українців усе ж таки притаманна помітна гендерна рівність. Так, наприклад, 45,1% опитаних не згодні з твердженням про те, що якщо жінка заробляє більше, ніж її чоловік, то це скоріше викличе проблеми (згодні – 20,1%), а 53,2% згодні з тим, що працювати – це кращий спосіб для жінки бути незалежною. 63,8% респондентів не згодні або абсолютно не згодні з тим, що якщо мати працює, то це погано для її дітей. 81,8% українців не згодні або абсолютно не згодні з тим, що університетська освіта важливіша для хлопчика, ніж для дівчинки. Так само більша частина опитаних – 53,8% – не згодна з твердженням, що загалом із чоловіків виходять кращі керівники бізнесу, ніж із жінок. Цікаво, що коли мова йшла про політичне лідерство, то відповіді розподілилися майже порівну: 51,9% згодні з тим, що чоловіки краще підходять на цю роль, ніж жінки, а 48,1%, відповідно, – не згодні. Утім, оскільки 89,6% опитаних уважають, що вести домашнє господарство – така ж важлива, як робота, за яку платять зарплату, можна сприйняти, що непрацююча жінка-домогосподарка сприймається суспільством цілком нормально.

Дослідження продемонструвало, що українці сильно пов'язані зі своїми батьками й дуже хочуть, щоб вони ними пишалися: 79,2% респондентів вважають це однією з найважливіших життєвих цінностей.

Зазначимо, що більшість респондентів достатньо високо оцінюють можливість свободи вибору у власному житті. Так, 56,1% опитаних оцінили таку можливість від 6 до 10 балів за десятибальною шкалою.

Відповідаючи за такою самою шкалою на запитання «Як ви вважаєте, якщо з'явиться нагода, чи спробували б більшість людей використати вас у своїх інтересах, або поводитися б порядно й чесно?», опитані українці розділилися порівну: 50% вибрали оцінку від 1 до 5 балів, що свідчить про доволі значний рівень недовіри в нашому суспільстві.

Безумовно, суттєвий вплив на ціннісні орієнтації наших співгромадян, на жаль, має низький рівень життя, про що свідчать як економічні показники держави, так і відповіді на деякі питання анкети. Зокрема, 64,2% респондентів оцінюють фінансове становище своєї родини на 1–5 балів за десятибальною шкалою, а 77,8% уважають економічне зростання найбільш важливою метою для країни на наступні десять ро-

ків. Також 75,8% опитаних уважають найважливішим для суспільства стабільність в економіці.

Характерно, що, порівнюючи за ступенем важливості такі моменти, як підтримання порядку в країні, боротьбу зі зростанням цін, більше залучення людей до прийняття важливих державних рішень і захист свободи слова, українці надають перевагу збереженню порядку (42,7%) і майже зовсім не обіймаються свободою слова (3%).

Даючи відповідь наприкінці 2011 р. на питання, чи готові вони битися за свою країну у випадку війни, 40,3% українців відповіли схвально, 29,8% – негативно, 22,7% не знають або не впевнені, а 7,1% взагалі відмовилися відповідати.

Обираючи можливий опис самих себе, респонденти відповіли таким чином. 29,5% ідентифікували себе як людину, для якої важливо або дуже важливо пропонувати нові ідеї, бути творчою особистістю, йти своїм шляхом. Бути багатим, мати багато грошей важливо лише для 16,6% опитаних, добре проводити час і балувати себе – для 19,1%, а от жити в безпеці – для 46,5%. Щось хороше для суспільства важливо або дуже важливо робити для 39,4% респондентів. Порівняно небагато українців хочуть бути дуже успішними і щоб оточення знало про їхні досягнення – важливо або дуже важливо це для 24,7%. Також ми не полюбаємо пригоди, ризик, що супроводжують життя, повне захоплюючих подій, це важливо лише для 13,7% опитаних.

На нашу думку, необхідно зауважити, що українцям властиве наслідування традицій і звичаїв, прийнятих у наших рідинах або релігії, – це важливо для 57% респондентів. Також наші люди загалом прагнуть поводитися правильно і не здійснювати вчинків, які не схвалюються оточенням, – це важливо для 47,1% опитаних. Цікаво та показово, що українці в цілому прагнуть турбуватися про довкілля та природу (це важливо для 39,5%), але разом із тим більшість – 97,2% – респондентів ніколи не брали участь у демонстраціях на захист екології.

Більшість наших співвітчизників не дуже цікавиться або зовсім не цікавиться політикою – 66,7%. Утім, вочевидь, упродовж останніх років ця ситуація могла суттєво змінитися, але це можна буде перевірити лише за результатами сьомої хвилі WVS, котра запланована на 2017–2018 рр. Так само не зовсім коректно, на нашу думку, аналізувати дані опитування 2011 р. з питань, які стосуються участі людей у політичних протестах і форм цієї участі, адже ці результати були отримані до подій Майдану. Якщо ж вести мову про підтримку політичних партій лівого чи правого спрямування, то більшість українців їх не підтримує, а надає перевагу центристським силам – 61,7%.

Результати опитування засвідчили, що українське суспільство більш схильне до так званої «зрівнялівки» в доходах: 32,3% опитаних чітко виступають за це, а ще 25,8% близькі до такої точки зору. Попри вже тривалий час існування інститутів ринкової економіки та приватної власності, значна частина українців – 25% – уважає, що частку державної власності в економіці варто збільшити, тоді як за зростання частки приватної власності в бізнесі та промисловості категорично виступає лише 6,9% респондентів. Також значну залежність від держави й уряду демонструє відповідь на питання «Чи згодні ви з думкою, що уряд повинен нести більше відповідальності за те, щоб усі громадяни були забезпечені?»: 44,9% громадян повністю згодні з таким твердженням, ще 23,5% – близькі до нього. Натомість повну відповідальність на себе покладають лише 4% опитаних. Проте водночас доволі значна частка людей – 20% – повністю підтримує тезу про те, що конкуренція – це добре, оскільки вона спонукає людей напружено працювати й розвивати нові ідеї.

Показовим є блок запитань про те, наскільки українці довіряють (повністю, деякою мірою, швидше ні чи зовсім ні) різним категоріям людей. Найбільшою довірою серед респондентів користується сім'я: їй повністю довіряють 91,9% опитаних. Сусідам повністю довіряють 23,1% респондентів, деякою мірою – 54,8%. Особистим знайомим повністю довіряють 18,3% опитаних, деякою мірою – 67,2%. А от людям, із якими вони вперше зустрілися, повністю довіряють лише

0,9% українців. Представники інших релігій і національностей також не користуються довірою: лише 3,0% опитаних дали абсолютно позитивну відповідь на це питання щодо релігії та 4,3% – щодо національності. Отже, маємо ще одне підтвердження тези про те, що українці більшою мірою зорієнтовані на сім'ю та родичів, яким повністю довіряють, натомість для незнайомих ми є дуже закритими.

Серед організацій і соціальних інститутів (крім сім'ї) найбільшою довірою серед наших співвітчизників користаються релігія, університети й армія: першій повністю або певною мірою довіряють 75,2% респондентів, другим – 65,6%, а третій – 58,7% (можемо припустити, що рівень довіри до армії впродовж останніх років зріс, проте це потребує збору нової інформації). Середній рівень довіри мають преса та телебачення: 53,1% в першій та 56,1% у другого. А от міліція, суди, уряд, політичні партії, парламент, державні установи, великі компанії, банки мають помітно нижчий рівень довіри.

Таким чином, спираючись на наведені вище результати опитування, можна стверджувати, що для українського суспільства загалом характерним є певний ціннісний симбіоз. Для людей більш притаманними є цінності виживання та секулярно-раціональні цінності, втім водночас мають помітне поширення й традиційні цінності. Вочевидь, таке поєднання є характерним для суспільств, котрі перебувають у стані транзиту або трансформації, до яких належить й Україна. Цінності самовираження поки що не мають великого значення для наших співвітчизників. За ціннісним портретом українці є найбільш близькими до болгар, білорусів, росіян, молдаван. Проте соціальні цінності, безумовно, не є сталими і змінюються із плином часу.

Література

1. Аберкромби Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б.С. Тернер ; пер. с англ. ; под ред. С.А. Ерофеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. – 620 с.
2. Балакірева О.М. Демократичні цінності в українському суспільстві / О.М. Балакірева // Український соціум. – 2007. – № 3. – С. 7–25.
3. Балакірева О.М. Ціннісні орієнтації українського суспільства: 1996–1999–2006 рр. / О.М. Балакірева // Український соціум. – 2008. – № 2. – С. 135–164.
4. Инглхарт Р. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития / Р. Инглхарт, К. Вельцель. – М. : Новое издательство, 2011. – 464 с.
5. Місютіна В.І. Соціально-економічна нерівність та зміна ціннісних орієнтацій українців / В.І. Місютіна // Детермінанти соціально-економічної нерівності в сучасній Україні : [монографія] / за ред. канд. соціол. наук О.М. Балакіревої ; НАН України ; Ін-т екон. та прогноз. – К., 2011. – 592 с.
6. Ручка А. Ціннісні пріоритети населення України за умов трансформації / А. Ручка // Українське суспільство. Соціологічний моніторинг. – К. : ІС НАНУ, 2011. – С. 201–215.
7. Ручка А. Цінності і типи ціннісної ідентифікації в сучасному соціумі / М. Наумова, А. Ручка // Українське суспільство: моніторинг соціальних змін / гол. ред. д. соціол. н. М.О. Шульга. – К. : ІС НАНУ, 2013. – Т. 1. – Вип. 1 (15). – С. 285–297.
8. Савельєв Ю.Б. Емансипаційні цінності і толерантність у контексті модернізації українського суспільства / Ю.Б. Савельєв // Український соціум. – 2015. – № 1 (52). – С. 68–81.
9. Савельєв Ю.Б. Ціннісні передумови формування активної громадянської позиції як прояву соціального включення в процеси модернізації / Ю.Б. Савельєв // Український соціум. – 2014. – № 1 (48). – С. 66–77.
10. World Values Survey [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.worldvaluessurvey.org/index_surveys.

Анотація

Сакало О. Є. Ціннісний портрет українського суспільства: за даними World Values Survey. – Стаття.

У статті аналізується один із основних інтегративних чинників суспільства – соціальні цінності. Для вивчення системи соціальних цінностей сучасного українського суспільства використовуються дані, отримані в ході найбільш масштабного сьогодні міжнародного дослідницького проекту вивчення соціальних цінностей – World Values Survey. Розглядаються ціннісні орієнтації українців в абсолютних різних сферах життя: сімейних відносинах, професійній діяльності, політиці, релігії, міжгрупових і міжособистісних соціальних відносинах тощо. Згідно з методологією проекту, всі цінності зводяться до чотирьох основних типів: цінності виживання, цінності самовираження, традиційні цінності й секулярно-раціональні цінності. На основі аналізу соціологічних робіть висновок про те, що українському суспільству більш притаманні цінності виживання та секулярно-раціональні цінності. Однак водночас мають помітне поширення й традиційні цінності, тобто наявний певний ціннісний симбіоз.

Ключові слова: суспільство, соціальні цінності, цінності виживання, цінності самовираження, традиційні цінності, секулярно-раціональні цінності.

Аннотация

Сакало А. Е. Ценностный портрет украинского общества: по данным World Values Survey. – Статья.

В статье анализируется один из основных интегрирующих факторов общества – социальные ценности. Для изучения системы социальных ценностей современного украинского общества используются данные, полученные в ходе наиболее масштабного на сегодняшний день международного исследовательского проекта изучения социальных ценностей – World Values Survey. Рассматриваются ценностные ориентации украинцев в абсолютно разных сферах жизни: семейных отношениях, профессиональной деятельности, политике, религии, межгрупповых и межличностных социальных отношениях и т. д. Согласно методологии проекта, все ценности сводятся к четырем основным типам: ценности выживания, ценности самовыражения, традиционные ценности и секулярно-рациональные ценности. На основе анализа социологических данных делается вывод о том, что украинскому обществу более свойственны ценности выживания и секулярно-рациональные ценности. Но вместе с тем имеют значительное распространение и традиционные ценности, т. е. имеет место определенный ценностный симбиоз.

Ключевые слова: общество, социальные ценности, ценности выживания, ценности самовыражения, традиционные ценности, секулярно-рациональные ценности.

Summary

Sakalo O. Ye. Value Portrait of Ukrainian society: according to the World Values Survey. – Article.

The social values as one of the main factors of integrating society are analyzed in the article. The data obtained during the World Values Survey, the most large-scale contemporary international research project exploring the social values, are used for studying the system of social values of modern Ukrainian society. The value orientations of the Ukrainians are considered in completely different areas of life: family relationships, professional activities, politics, religion, intergroup and interpersonal social relations, etc. According to the methodology of the project, all values are reduced to four basic types: survival values, self-expression values, traditional values and secular-rational values. However, the traditional values are also widespread at the same time, and, so, a certain value symbiosis takes place.

Key words: society, social values, survival values, self-expression values, traditional values, secular-rational values.