

ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ НАН УКРАЇНИ

**СУБКУЛЬТУРНА ВАРІАТИВНІСТЬ
УКРАЇНСЬКОГО СОЦІУМУ**



Київ 2010

ББК 60.5

С 89

С 89 *Субкультурна варіативність українського соціуму* / За ред. Н.Костенко, А.Ручки. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2010. – 288 с.

ISBN 978-966-02-5741-2

Результати монографічного дослідження можуть свідчити про перспективність субкультурної парадигми для опису, розуміння та пояснення сучасного українського суспільства. Вона має евристичний потенціал як для акумуляції нового соціологічного знання, так і для розв'язання інформаційно-прикладних проблем, наприклад, у галузях реклами, політичного і соціально-культурного менеджменту, а щонайголовніше – слугувати засобом забезпечення взаєморозуміння між різними суспільними сегментами та групами населення.

Для науковців, викладачів, політологів, журналістів, аспірантів, студентів.

ББК 60.5

Авторський колектив:

Наукові співробітники Інституту соціології НАН України:
Л.Аза, І.Бекешкіна, О.Вишняк, О.Злобіна, Н.Костенко,
А.Ручка, Л.Рязанова, Л.Скокова, Н.Соболева, Р.Шульга

Наукові рецензенти:

доктор соціологічних наук С.Макеєв,
доктор соціологічних наук В.Судаков

*Затверджено до друку Вченою радою Інституту соціології
НАН України (протокол № 7 від 25 грудня 2009 р.)*

В оформленні обкладинки використано фрагмент репродукції
акварелі П.Клеє «Південні сади» (1919).

ISBN 978-966-02-5741-2

© Інститут соціології НАНУ, 2010

ЗМІСТ

ВСТУП	5
1. Аналітичні орієнтири	11
1.1. Субкультури як соціологічний конструкт (<i>А.Ручка</i>) ...	11
1.2. Поточні концептуалізації культурних порядків (<i>Н.Костенко</i>)	27
2. Субкультурні спільноти	35
2.1. Субкультурні риси статусних угруповань (<i>А.Ручка</i>).....	35
2.2. Ціннісні пріоритети та культурні практики вікових груп (<i>А.Ручка, Л.Скокова</i>).....	51
2.3. Культурні доміанти поколінь та життєві стратегії молоді (<i>Н.Соболева</i>)	70
2.4. Субкультурні репрезентації в молодіжному дискурсі (<i>О.Злобіна</i>)	99
2.5. Етнічні субкультури: механізми відтворення (<i>Л.Аза</i>)	127
3. Субкультурні конфігурації	146
3.1. Медіастилі в європейському ландшафті (<i>Н.Костенко</i>)	146
3.2. Культурні преференції регіонів (<i>Л.Скокова</i>)	175
3.3. Регіональні політичні субкультури: критерії диференціації та динаміка (<i>О.Вишняк</i>).....	195
3.4. Демократична субкультура: проблеми формування (<i>І.Бекешкіна</i>)	207
3.5. Ортодоксальні імплікації у православ'ї (<i>Л.Рязанова</i>).....	237
3.6. Ґламур: субкультура успішних та багатих (<i>Р.Шульга</i>)	267
ЛІТЕРАТУРА	279

Вступ

Сучасний український соціум характеризується не тільки соціальною гетерогенністю, фрагментарністю, нерівністю, а й широкою *субкультурною варіативністю*. Це означає, що вивчення соціумних явищ не вичерпується лише соціоструктурним підходом, вони також потребують ретельного соціокультурного аналізу. І причина цього полягає не тільки в тому, що сучасний соціум як багатоскладове соціальне утворення є розділеним відмінностями, що мають культурний, релігійний, мовний, ідеологічний, етнічний або регіональний характер. Суттєвим тут є те, що певний соціум у контексті соціокультурного аналізу позиціонується як *цілісна* культурна система, а його структурні складники (групи, об'єднання, асоціації) – *часткові* культури або *субкультури*.

У культурній системі соціуму історично зосереджуються смисли, символи, цінності й норми, які відповідають за його цілісну ідентичність. Тому в науковій літературі соціумну культурну систему нерідко називають «базовою», «материнською», «домінантною». Своєю чергою, в субкультурах концентруються смисли, символи, цінності й норми різноманітних спільнот соціуму, які маніфестують їхню відносну автономність і групову ідентичність. У зв'язку з цим можна стверджувати, що будь-які угруповання соціуму виступають, по-перше, як субкультурні спільноти, а по-друге, вони одночасно є певними підсистемами базової культурної системи. Звідси субкультури постійно перебувають у взаємодії як з останньою, так і одна з одною.

Загалом сучасний соціум може бути репрезентованим у контексті його *субкультурної диференціації*. Зараз у науковій літературі точиться жвава дискусія щодо концептуальних підстав опису, розуміння і пояснення цієї диференціації. Ключовою аналітичною одиницею тут виступає, зрозуміло, *концепт субкультури*.

У науковий дискурс цей концепт увійшов у 60–70-ті роки минулого століття у зв'язку з вивченням тодішніх молодіжних

рухів. Основний наголос спочатку робили на префіксі «sub» («*під*»), означуючи латентні, неофіційні культурні пласти в межах офіційної культури. Це було переважно ціннісне розуміння субкультури, яке передбачало існування «нижчих», часткових культур у порівнянні з «вищою», доміантною культурою соціуму. Понад те, тоді була поширена думка про те, що субкультури взагалі репрезентують *не-* або *позакультурний* зміст.

Проте згодом основний сенс концепту «субкультура» змінився. Це сталося тоді, коли в науковому дискурсі визначився дескриптивний підхід до цього концепту. З'ясувалося, що в суспільстві існують, окрім молодіжних, чимало інших субкультур (наприклад, професійних, ідеологічних, етнічних, територіальних, релігійних), які не можна зводити лише до прихованих культурних девіацій. Кожна з них має цілком легітимний статус як часткова культура, що входить тим чи іншим чином в орбіту базової культурної системи соціуму. Кожну з них від останньої, а також одну від одної відрізняють специфічні риси, стилі, орієнтації, уподобання, смаки, форми активності та способи дій. Зрозуміло, поряд із відмінностями, можливо, унікальними особливостями субкультури мають багато схожого між собою, а тим паче з доміантною культурною системою. І це потрібно мати на увазі, коли йдеться про вивчення субкультурної диференціації соціуму.

Вивчення сучасних субкультур, їхніх схожості та диференціації між собою, форм прояву в межах доміантної культурної системи і впливу на змістовність активності людей тісно пов'язане з наявними об'єктивно-структурними та суб'єктивно-культурними характеристиками. При цьому перші з них вказують на існування соціальних (міжгрупових і внутрішньогрупових) відмінностей за типом зайнятості, розміром власності, доходу, обсягом владних повноважень, характером споживання і т.ін., тоді як другі фіксують власне культурні відмінності між різноманітними угрупованнями соціуму (за змістом і спрямованістю їхніх культурних практик, стилів, преференцій, ціннісних орієнтацій тощо). Сьогодні – у зв'язку з розвитком якісної методології в соціологічній науці – дослідники почали активніше придивлятися до *ментальності* субкультурних угруповань, а також до їхніх «*картин життєвого світу*». Поняття «ментальність» і «картина життєвого світу»

пов'язані між собою. Ментальність – це відносно цілісний синдром переконань, вірувань, орієнтацій, що створює картину життєвого світу окремої людини або соціальної групи. Можна навіть сказати, що ментальність – це своєрідне людське світобачення, світорозуміння і світовідчуття. Часто-густо ментальність є нерелектованою, логічно не артикульованою. Когнітивний компонент у її структурі не відділений від емотивного і нормативного компонентів. Змінюється ментальність дуже повільно і нерідко навіть непомітно для її носіїв. Натомість картина життєвого світу – це панорамне уявлення окремої людини або соціальної групи про навколишній життєвий світ і своє місце в ньому. Це не просте відображення дійсності, а радше своєрідно сконструйована система взаємопов'язаних образів та уявлень щодо навколишнього життєвого світу.

Внаслідок того, що в сучасному соціумі існує багато угруповань, можна припустити існування множинності картин життєвого світу, які виявляють схожість і відмінності між собою. Існує й імовірність того, що гомогенні соціальні групи мають однакові картини життєвого світу, а гетерогенні соціальні групи – різні. Водночас представники різних соціальних груп можуть демонструвати як розбіжності між своїми картинами життєвого світу, так і схожість між ними.

Зрозуміло, що субкультурні угруповання в українському соціумі різняться не тільки залежно від схожості чи відмінностей щодо картин життєвого світу, ментально своєрідних проявів. Субкультурна варіативність має вираження і в позаментальних формах (у мові, стереотипах, традиціях, комунікативних стилях, професійному середовищі, регіональних особливостях тощо). Інакше кажучи, субкультури не вичерпуються ментальністю і картинами життєвого світу. Вони також мають зовнішні форми прояву (наприклад, стилі культурного споживання або культурні практики – прагматичні, інтелектуальні, художні, рекреаційно-розважальні).

Соціологічний аналіз особливостей субкультур потребує розроблення критеріїв їхньої диференціації, конструювання релевантних типологій, з'ясування домінантних картин життєвого світу, а також характерних ментальних і позаментальних проявів. При цьому вирішення, наприклад, типологічної специфіки тих чи тих субкультурних угруповань можна пов'язати відповідно як із 1) *усталеними спільнотами*, що створені за

аскриптивними або статусними ознаками (соціально-демографічними, мовними, етнічними, територіальними, локальними, соціально-професійними, освітянськими, дохідними тощо), так і з *дифузними спільностями* (асоціаціями, об'єднаннями, організаціями), що виникають і певний час існують як цільові угруповання. В першому випадку до уваги слід брати, наприклад, такі спільноти-субкультури, як статево-вікові (дітей, молоді, жінок, чоловіків, ветеранів), соціально-професійні (керівників, чиновників, спеціалістів, підприємців, робітників), етнічні (представників різних етнічних груп), територіальні (жителів різних регіонів країни), локальні (жителів окремих міст і місцин). Спільноти-субкультури виникають і існують нерідко на підставі просторового скупчення людей на певній території та тривалого й компактного проживання на ній. Унаслідок цього не є дивним, що члени їх мають схожі життєві та культурні інтереси, орієнтації, вподобання, смаки тощо. Те саме можна стверджувати й застосовно до спільнот-субкультур, які природним чином охоплюють людей із однаковими етнічністю, мовою, статтю, віком, освітою, схожими професіями, статком, статусом і т.ін.

У другому випадку виокремлення типів субкультур може базуватися на цільових угрупованнях (асоціаціях, об'єднаннях, організаціях), які формуються (рекрутуються), як правило, з різних соціумних джерел. Оскільки такі субкультури складаються з різних соціальних і культурних елементів, то вони завжди є гетерогенними соціокультурними спільностями. Звідси їх недаремно іменують дифузними субкультурами. До них, наприклад, можна віднести ідеологічні, політичні, партійні, релігійні, традиціоналістські, модерністські, постмодерністські, космополітичні, споживацькі, дозвіллеві, маргінальні субкультури. Дифузні субкультури не обов'язково пов'язані зі скупченням людей на певній соціумній території. Навпаки, члени даних субкультур розпорошені зазвичай по всьому соціуму. Їх об'єднує якась одна домінантна картина життєвого світу, а також намагання досягти або реалізувати певну групову мету. В соціумі дифузні субкультури не існують ізольовано одна від одної. Вони можуть перетинатися чи перекривати одна одну. Це означає, що дифузні субкультури не мають жорстких меж між собою. Ці субкультури є відкритими й до спільнот-субкультур. Єдиним більш-менш значимим

фільтром для неофітів є та чи та домінантна картина життєвого світу, яку потрібно засвоїти й поділяти. Правда, на відміну від дифузних субкультур, на сторожі границь спільнот-субкультур стоять більш жорсткі аскриптивні та статусні перепони й маркери (статеві, вікові, етнічні, професійні, освітянські, територіальні, локальні тощо), які непросто подолати.

Крім того, не треба забувати, що на відтворення і зміну субкультур сучасного соціуму, їхніх специфіки, меж і маркерів впливають дві масштабні тенденції світового штибу. Одна з них пов'язана з дією процесів *соціалізації, інкультурації, ідентифікації, диференціації, фрагментації, інтеграції, гомофілії*, що так чи так спираються і продукують переважно примордіальне, комунітаристське підґрунтя субкультур. Дії інших процесів послаблюють і навіть «розмивають» наявні субкультури, перетворюють їх на постсубкультури, міжсубкультури, транссубкультури тощо. В цьому разі йдеться про процеси *глобалізації, глокалізації, гробалізації, акультурації, амальгамації, гетерофілії*. Особлива роль тут належить впливам масової і глобальної культури через систему сучасних електронних медіа.

У цьому контексті зовсім не зайвими стають питання про роль субкультур у житті нашого соціуму. В чому полягає їхня своєрідність щодо домінантної культури вітчизняного соціуму? Як наявні субкультури відрізняються одна від одної? Чи модифікуються вони в умовах світових тенденцій і контртенденцій? Які шанси свого збереження, відтворення і розвитку мають ці субкультурні конфігурації? І нарешті, якщо в цьому плані щось відбувається, то яким чином це впливає на сучасне життя українського соціуму? Відповіді на ці та подібні питання можна дати лише на підставі ретельного соціологічного аналізу відповідних емпіричних даних.

У монографії базою цих даних слугують результати соціологічного моніторингу «Українське суспільство» та омнібусів Інституту соціології НАН України 2005–2009 років, Європейського соціального дослідження 2005–2007 років, інших вітчизняних і закордонних досліджень, інтерпретованих за допомогою методів багатовимірної статистики та дескриптивних технік.

Культурні порядки, встановлювані різнорідними та слабко порівнянними утвореннями, відстежити вельми непросто, позаяк ці утворення сформовані різними механізмами та на

різних підставах. Логіка зіставлення субкультур і їх узагальнення в генералізовану картину вимагала простої та чіткої структури книги: аналітичні орієнтири; спільноти; конфігурації. У першому розділі обґрунтовується розуміння субкультур як соціологічного конструкту і його статус у культурній теорії (Анатолій Ручка), а також розглядаються нові підходи до культурних концептуалізацій, що артикулюють онтологічні питання (Наталія Костенко). У другому розділі представлені ті субкультурні спільноти, які центруються колективними учасниками, традиційно фіксованими як соціальні суб'єкти. Це можуть бути вікові групи (Анатолій Ручка, Людмила Скокова), зокрема, молодь (Наталія Соболева, Олена Злобіна), статусні угруповання з різним ресурсом культурного капіталу (Анатолій Ручка), етнічні спільноти (Лариса Аза). У третьому розділі увага акцентується на конфігураціях, що презентують субкультурні утворення, для яких життєво важливою є просторова присутність, територіальна або віртуальна представленість: регіональні (Людмила Скокова), ідеологічні (Олександр Вишняк, Ірина Бекешкіна), релігійні (Людмила Рязанова), а також такі культурні реалізації, як медіастилі (Наталія Костенко), модні стилі споживання, яким є «гламур» (Раїса Шульга).

Результати дослідження можуть свідчити про перспективність субкультурної парадигми для опису, розуміння та пояснення сучасного українського суспільства. Вона має евристичний потенціал як для акумуляції нового соціологічного знання, так і для розв'язання інформаційно-прикладних проблем, наприклад, у царинах реклами, політичного і соціально-культурного менеджменту, а щонайголовніше – слугувати засобом забезпечення взаєморозуміння між різними суспільними сегментами і групами населення країни.

*Наталія Костенко,
Анатолій Ручка*

1. АНАЛІТИЧНІ ОРІЄНТИРИ

1.1. Субкультура як соціологічний конструкт

Попередні зауваження

Ще недавно у спеціальній літературі культуру загалом не розглядали як незалежну зміну суспільного розвитку. Проте з кінця минулого століття світова академічна спільнота почала приділяти значно більше уваги ролі культури в суспільному житті. Це засвідчив, наприклад, міжнародний симпозіум «Культурні цінності та прогрес людства» (США, 1999). За результатами цього симпозіуму була потім видана книжка під знаменною назвою «Культура має значення. Яким чином цінності сприяють суспільному прогресу» (2000), яка широко розійшлась по всьому світу та здобула визнання з боку представників соціогуманітарних наук і політичних еліт.

Основний висновок, якого дійшли вчені, які обговорювали на симпозіумі зазначену тему, полягав у тому, що будь-яка етнічна чи національна культура здатна як прискорювати, так і блокувати суспільний розвиток. У зв'язку з цим була запропонована програма досліджень щодо визначення цінностей і настанов, які можуть позитивно/негативно впливати на становлення демократичних інститутів, економічний розвиток і соціальну справедливість.

Отже, на зламі століть експерти і політики стали констатувати зростання ролі культури як рушійної сили суспіль-

ного розвитку. Сьогодні культура дедалі більше перебирає на себе «функції мотора, спонукача суспільної зміни і розвитку» (Іонин, 2000 : 9). Це означає, що її роль у суспільстві дійсно змінюється порівняно з минулими часами, зростаючи застосовно до регуляції людських дій і створення різноманітних соціальних структур. Соціальні зміни відбуваються тепер переважно з урахуванням культурної мотивації. Культуру розуміють не як пасивний відбиток реальних суспільних процесів, а як їх активний, конструювальний чинник. Члени суспільства дедалі усвідомленіше намагаються використовувати різноманітні культурні коди (традиції, міфи, ідеали, утопії, раціоналізації тощо) «для організації та нормалізації власної діяльності» (Іонин, 2000 : 16).

Для того, щоб детальніше зрозуміти роль культури в сучасних умовах, потрібно звернутися до такої її форми, як *культурна ідентичність*. Зараз проблематика ідентичностей є дуже актуальною в усьому світі, який швидко змінюється. Культурна ідентичність як ототожнення окремої людини, певних людських цілих суспільств із якоюсь культурою забезпечує в нормальній ситуації усталеність і інтегрованість тих чи тих соціальних утворень. Проте за кризових умов зростає імовірність того, що люди, соціальні групи і навіть цілі суспільства можуть втратити свою культурну ідентичність. Інакше кажучи, те, що об'єднує людей у нормальних життєвих умовах, може за кризової ситуації девальвуватися, зруйнуватися, втратити здатність об'єднувати та інтегрувати людей у певні усталені спільноти.

Проте культура загалом і культурні ідентичності зокрема усвідомлюються в сучасному суспільстві не стільки як наслідок політичного й економічного розвитку, скільки як необхідна умова і важливий чинник цього розвитку, моральний стрижень взаємодії особистості й соціуму. Недаремно країни Євросоюзу зараз активно зайняті формуванням спільної «європейської ідентичності», яка вважається вирішальним чинником економічної та політичної інтеграції ЄС. Всі перехідні країни, в тому числі й незалежна Україна, теж турбуються про свою культурну ідентичність, усвідомлюючи, що цей чинник зараз має неабияке значення для подальшого суспільного розвитку. Цікаво, що сучасний бізнес і мене-

джмент як у глобальному контексті, так і всередині країн не можуть обійтися без своєї корпоративної культури, свого іміджу і стилю діяльності на ринку. Звідси можна погодитися з таким узагальнювальним висновком про те, що «культура і ідентичність не після, а до економіки, не після, а до політики. З однієї простої причини, що саме культура й ідентичність роблять людей суспільством. Зокрема й суспільством, здатним ставити загальні економічні та політичні цілі, працювати для їх досягнення» (Тульчинський, 2002: 398). Культурна ідентичність, належність людей, їх соціуму до певної культури – це головне, що дає можливість залишатися суспільству, соціуму єдиним навіть у кризових умовах. Якщо єдність є, то суспільство, соціум здатні витримати будь-які економічні й політичні випробування.

Соціум як «*e pluribus unum*»

Якщо сучасний український соціум уявити як певну соціально-просторову структуру, тоді його можна визначити як складне, багатовимірне утворення. Всередині цього утворення спостерігаються різного роду відмінності: соціальні, економічні, політичні, культурні, мовні, конфесійні, регіональні, ідеологічні тощо. В умовах творення ефективної ринкової економіки, просування до стабільної демократії та побудови розвиненого громадянського суспільства помітною тенденцією стає мультиплікація різного роду значущих відмінностей, яка веде до їх нарощування і багатоманітності. Внаслідок цього соціум є багатоскладовою, різнорідною, диференційованою цілісністю. Якщо це так, то його можна визначити як «*e pluribus unum*» («*єдність у багатоманітності*»).

Процес нарощування відмінностей у соціумі, що ускладнює загальну картину соціальних взаємодій, англійський соціолог Г.Спенсер колись назвав «*соціальною диференціацією*». Основу цього процесу становлять перетворення старих і утворення нових інститутів та організацій, що допомагають людям розв'язувати життєві проблеми. Водночас соціальна диференціація ускладнює наявну систему соціальних очікувань, ролевих взаємодій, функціональних залежностей. У соціумі, який має у своєму складі структуровану

множинність різноманітних соціальних угруповань, таке ускладнення виникає і відбувається, вочевидь, природним чином.

Історичний досвід показує, що соціальна диференціація супроводжується також ускладненням культури соціуму, появою нових культурних явищ і процесів. У цілому це призводить як до полікультурного розмаїття соціуму, так і до відносної автономізації культури в ньому. Сьогодні, коли стрімко зростає роль культурного чинника в житті суспільства, мабуть, уже недоречно зводити процес суспільної диференціації тільки до соціального аспекту. Специфіка останнього полягає, як відомо, у відображенні суспільного життя з погляду *зразків і способів взаємодії людей, згуртування їх у групи та асоціації*. Такий наголос на соціальному не повинен затінити культурний аспект, що відображає суспільне життя під кутом зору *значень, смислів, цінностей і норм*, завдяки яким члени соціуму взаємодіють між собою і розуміють один одного.

Отже, культура чи культурний аспект суспільного життя має для людей дуже важливе значення. Жодна соціальна група або окремий член соціуму не може існувати без культури. Ось чому «суспільство» не може бути більш широким терміном, аніж «культура». Водночас ці терміни не можна розглядати поза зв'язком одного з одним. Соціальне і культурне, суспільство і культура не співвідносяться між собою як ціле і частина, тотальність і сегмент. Це два взаємопов'язані, взаємодоповняльні, неподільні аспекти однієї реальності (суспільного життя), а не дві різні реальності. Розмежування соціального і культурного може бути лише аналітичним. Звідси процес соціальної диференціації за сучасних умов потребує уточнення своєї назви. Він є радше *соціокультурною диференціацією*.

Соціокультурна диференціація сучасного українського соціуму пов'язана, безумовно, як з історичним минулим, так і з майбутньою перспективою. Що стосується минулого, потрібно мати на увазі не тільки історичну давнину, а й недавні часи державного соціалізму. В соціумному середовищі зустрічаються як елементи доіндустріального та індустріального соціально-економічних укладів, так і традиціона-

літські та патерналістські культурні уявлення. Носіями майбутньої перспективи нашого соціуму є високорозвинені демократичні країни світу, їхні політичні, економічні та соціальні стандарти. Важливу роль стосовно цього відіграють певні міжнародні інституції, які намагаються відповідним чином стимулювати політичний, економічний і демократичний розвиток України. Отже, творення ефективної ринкової економіки, рух до стабільної демократії та побудова розвиненого громадянського суспільства в Україні відбуваються в контексті глобалізаційних процесів, що треба брати до уваги. Ці процеси активно спричиняють появу нових форм організації суспільного життя, нових форм його інституціоналізації, а також перевизначення, переоцінку різних світових і вітчизняних явищ та подій, внаслідок чого – як це було на тлі світової фінансово-економічної кризи 2009 року – змінюється розуміння людського світу, взаємозалежності його різномірних сегментів.

Цікаво, що сучасні глобалізаційні процеси, як з'ясувалося, не в змозі зруйнувати соціокультурне розмаїття сучасного суспільства. Навпаки, вони сприяють організації різномірності, спричиняються до зростання проявів культурних відмінностей, плюралізації культурних форм і стилів, сегментації соціальних структур, виникнення нових інститутів, спільнот і організацій, нових політичних, етнонаціональних і організаційних розмежувань.

Усе це означає, що в сучасному українському соціумі з'являються нові диференціації, нові диференціовальні чинники. Виникають нові соціальні страти, групи інтересів, культурні ідентичності, групові солідарності, які не можна редукувати до традиційних класово-верстових угруповань. У соціумному середовищі поширюються нові життєві та культурні стилі, істотно змінюється характер соціетальних цінностей і стандартів. Отже, в цілому йдеться не про зміну старої соціальної диференціації, а про *становлення нової соціокультурної диференціації*, яка забезпечуватиме єдність соціуму на новому підґрунті.

Проте звідси не випливає, що розглядуваний процес проходить безпроблемно. У цьому зв'язку потрібно окреслити два моменти. По-перше, соціокультурна диференціація, що

відбувається зараз, супроводжується суттєвою соціально-економічною поляризацією соціуму. Наприклад, за даними соціологічних опитувань в Україні, 20% найбільш забезпечених сімей мали в 1998 році майже у 29 разів більше доходів, аніж 20% найменш забезпечених. Щоправда, з 1999 року частка доходів найзаможніших сімей почала зменшуватися, а частка доходів найбідніших сімей – збільшуватися. Утім, розрив між ними за доходами і далі зберігався. Коли, за соціологічними даними Інституту соціології НАН України, фінансово-економічна криза тою чи тою мірою зачепила сім'ї понад 95% громадян, зазначений розрив між бідними і багатими, як можна припустити, не знизився, а зріс. Отже, існування бідних і багатих у нашому сьогоденному соціумі є наочним соціальним фактом.

Згідно з отриманими соціологічними даними, багаті в нашому соціумі – це, як правило, підприємці великого бізнесу, роботодавці, топ-менеджери, представники адміністративної верстви (керівні працівники державного управління, керівники великих підприємств, банків, фірм тощо). Вони є власниками, накопичили вагомий майновий і фінансовий капітал, мають великі доходи. Своєю чергою, бідні найбільше представлені серед пенсіонерів, селян, безробітних і малокваліфікованих робітників. Люди, належні до цих категорій українського соціуму, загалом не є власниками, вони не накопичили майнового чи фінансового капіталу, не мають значних доходів. Така соціально-економічна контрастність може, зрозуміло, викликати й загострювати протистояння між власниками і невласниками, багатими і бідними. На цьому підґрунті формується контрастна субкультурна ментальність, яка по-різному сприймає і тлумачить навколишній життєвий світ.

Поряд із тим, довготривала *криза довіри* населення до діяльності владно-управлінських структур свідчить про певне *розмежування між громадськістю і владою*. Отже, в цілому можна констатувати, що в сучасному українському соціумі виникло і спричиняє істотний вплив на його єдність принципове *подвійне розмежування*: одне – між бідними і багатими, друге – між громадськістю і владою. Таке розмежування стає небезпечним, коли в соціумі громадськість

отожднюється із бідними, а влада – з багатими. Тоді переважно латентна опозиція зазначених угруповань може трансформуватися у відкрите протистояння «ми – вони», «свої – чужі».

Зрозуміло, існування соціально-економічної контрастності не сприяє загальній солідаризації сучасного українського соціуму. Свій «внесок» тут роблять також інші суспільні розмежування, особливо політико-ідеологічні, мовні, конфесійні, поселенські. Специфіка сучасного українського соціуму полягає в тому, що разом зі становленням нової соціокультурної диференціації в ньому можуть поживляватися і навіть загострюватися традиційні (старі) соціокультурні розрізнення. В результаті створюється якийсь (до кінця не визначений) синдром нових і старих розмежувань із неоднозначними наслідками їх впливу на суспільне життя. Справа водночас ще більше ускладнюється з огляду на існування в соціумі значної кількості різноманітних субкультур, одні з яких підтримують його соціокультурну єдність, інші – перебувають на маргінесі, треті – в опозиції, четверті – деінде. Тому з'ясування потенціалу і спрямованості наявних субкультур, характеру їхніх взаємовідносин із соціумом як цілісною культурою, а також між собою як частковими культурами становить у цілому важливе дослідницьке завдання, яке реалізується в цій науковій монографії.

Ключова одиниця субкультурного аналізу

У різних соціогуманітарних науках застосовуються різні одиниці аналізу свого предмета. Наприклад, у психології основною одиницею аналізу виступають часто-густо особистість або мала група, в політології – політична влада або політична еліта, в соціології – соціальна категорія або соціальний інститут. У випадку субкультурного аналізу його ключовою одиницею є *субкультура*. В поняттєвому плані субкультура має характер абстрактної конструкції, бо ґрунтується на селекції та виокремленні певних аспектів соціуму як цілісної культури. При концептуалізації тої чи тої субкультури дослідник вибирає з великої кількості культурних рис соціуму тільки деякі, на його думку, найхарактерніші для неї. Звідси вирізнення субкультур соціуму нагадує

конструювання Веберових ідеальних типів. Тим паче, що критерії виокремлення субкультури від того, що нею не є, належать до більш абстрактного концептуального порядку, пов'язаного з таким макрорівневим конструктом, як культура.

Загалом людина як соціальна істота не вичерпується належністю до якогось абстрактного соціуму. Навпаки, реалізація її соціальності завжди пов'язана з певними (конкретними) угрупованнями: родиною, колом друзів, професійною групою, територіальною спільнотою тощо. Своєю чергою, кожній конкретній групі притаманні свої (специфічні) цінності, символи, норми, традиції, мова, форми поведінки й навіть своєрідне вираження емоцій, почуттів. Отже, кожне конкретне угруповання соціуму може характеризуватися особливими культурними рисами. Тим самим *цілісна* культура будь-якого сучасного соціуму становить не монолітну єдність, а багатоманітне культурне утворення. Водночас структурні складники соціуму (спільноти, групи, асоціації) виступають як *часткові* культури або *субкультури*.

У сучасному суспільстві особливо помітні статево-вікові, етнічні, релігійні, політико-ідеологічні, професійні, територіальні, локальні, дозвілєві субкультури. Люди, які належать до таких субкультурних угруповань, відчують себе найкомфортніше саме у своєму соціокультурному середовищі. Це найближчий життєвий світ людей, їхня «*домашня група*» (А.Шюц).

Отже, з концептуального погляду, субкультура – це радше за все мезорівневий соціологічний конструкт, який ідентифікує культурно-специфічні риси й атрибути різних соціальних угруповань у межах однієї цілісної культури певного соціуму.

У соціумі субкультури виконують надзвичайно важливі функції. Вони об'єднують людей у певні спільноти й асоціації, створюють відносно компактні соціокультурні середовища, стримують можливі напруги і конфлікти, виступають чинниками становлення і самореалізації особистості, формування ідентичностей і ціннісних орієнтацій. Складності й утруднення самореалізації особистості в межах загальної культури певного соціуму можуть, таким чином, компенсу-

ватися її утвердженням у своїй, «домашній» субкультурі. Звідси можна зробити висновок про те, що субкультури виступають своєрідною проміжною ланкою між індивідом і суспільством. Саме тут закладаються стрижневі цінності й норми особистості, формуються початкові уявлення про правильне й неправильне, припустиме й неприпустиме, справедливе й несправедливе, чесне й нечесне тощо. В цьому відношенні кожна субкультура представляє певну ціннісно-нормативну систему, яку її члени повинні опанувати. Субкультури показують їм, що вони можуть бажати в їхньому житті та які засоби задоволення цих бажань можуть бути для них доступними; окреслюють не тільки життєві можливості й шанси, які є в даному соціумі, а й указують межі різноманітним «домашнім» субкультурам, між ними й загальною культурою соціуму в цілому. Таким чином на основі своєї субкультури людина створює *картину навколишнього життєвого світу*, фіксуючи через своє світобачення, світорозуміння та світовідчуття його можливості й обмеження. Звідси картини життєвих світів можуть бути підставою для розрізнення і схожості субкультур, що існують у соціумі.

Досвід вивчення субкультурної проблематики

Соціологи Чиказької школи, мабуть, були першими, хто розпочав систематично досліджувати проблемне поле міських субкультур у 20-ті роки ХХ сторіччя. Р.Парк, знаний представник цієї школи, висунув у своєму есе «Місто» (1915) ідею картографування соціальних груп у міському просторі, включно з їхніми специфічними конфліктами, способами контролю своїх членів, соціальними мережами, сегрегацією, заняттями та стилем життя. Суттєвий вплив на дослідницьку практику спричинив запропонований ним метод включеного спостереження, який вчений вважав цінним способом вивчення соціальних практик, звичаїв, вірувань і концепцій життя мешканців міста. За допомоги цього методу були здійснені емпіричні дослідження кримінальних кіл міста Чикаго, зокрема молодіжних деліквентних груп, а також явища бідності. Тоді ж уперше почали використовувати й такі поняття, як «культура молоді», «молодіжна культура», «культура бідності».

Самого концепту «субкультура» в дослідницькому арсеналі чиказьких соціологів ще не було. Він з'являється в науковій літературі пізніше, але без достатнього теоретичного обґрунтування. У 1947 році американський дослідник М.Гордон уперше сформулював дефініцію субкультури. Він визначив субкультуру як підгрупу національної культури. При цьому під національною культурою розумів так звану англо-протестантську культуру, а її підгрупи (субкультури) становили різноманітні спільноти: чорношкіре населення, італійські, єврейські та інші іммігранти. Ці субкультури розглядалися як девіації, які щодо домінуючої англо-протестантської культури є нижчими, гіршими. Після того, як у проблемне поле субкультур увійшли кримінологи, котрі свої дослідження ототожнювали з вивченням суто злочинців, шахраїв, порушників та інших «аутсайдерів» суспільства, концепт «субкультура» почали загалом стійко пов'язувати або з різними формами соціальної патології, або з культурним примітивізмом, низькою якістю участі у панівній культурі. В цьому контексті основну увагу приділяли алкоголікам, наркоманам, крадіям, проститутками тощо, тобто тим соціальним угрупованням, які перебувають у конфлікті із суспільством у цілому.

Наприкінці 50-х і впродовж 60-х років минулого століття відбулися перші серйозні наукові дискусії щодо теоретичного обґрунтування концепту «субкультура». Було сформульовано певні висновки. По-перше, ідея субкультури виконує таку саму пізнавальну функцію стосовно аналізу людської поведінки, що й ідея культури. Тільки ідея культури релевантна для пояснення людської поведінки *при порівнянні різних суспільств із різними культурами*, а ідею субкультури доцільно застосовувати для пояснення людської поведінки *всередині суспільства*. По-друге, всі диспутанти того часу погодилися, що концепт «субкультура» є синонімічним поняттю «*часткова культура*».

В останньому випадку, якщо субкультури є частковими культурами, виникає питання про співвідношення їх із загальною (панівною) культурою суспільства. На це питання є кілька відповідей, які сформулював американський дослідник Д.Арнольд у книжці «*Соціологія субкультури*» (1970).

На його погляд, є три моделі співвідношення субкультур із загальною (панівною культурою): 1) коли субкультури розуміють як закриті утворення, що перебувають десь на периферії панівної культури, слабо з нею пов'язані або щодо неї є ізольованими; 2) коли загальну культуру розуміють як суму субкультур, тобто як таку, що складається з певних мозаїчних культурних блоків, які разом створюють одне ціле; 3) коли одні цінності й норми панівної культури притаманні багатьом субкультурам, поділяються переважно усіма їх членами; другі – поширені серед наявних субкультур у певних варіаціях; треті ж – характерні тільки для небагатьох субкультур. Отже, субкультури можуть бути розташовані – в контексті їх співвідношення з домінантною культурою суспільства – в певному двополюсному континуумі. Це означає, що кожна субкультура як часткова культура тих чи тих суспільних угруповань може в певному стосунку як відхилятися від цінностей і норм домінантної культури, так і збігатися з ними. Сьогодні саме третя модель зазначеного співвідношення, яка враховує специфічність двох перших моделей, є найпопулярнішою серед західних дослідників субкультурної проблематики. Зазначена модель, як бачимо, дає змогу пов'язувати концепт «субкультура» вже не тільки з девіантними чи маргінальними групами соціуму, а й із нормальними, усталеними його спільнотами, цінності й норми яких є більш узгодженими із цінностями та нормами домінантної культури.

Цікавий досвід вивчення субкультурної проблематики накопичили вчені Бірмінгемського центру сучасних культурних досліджень (Велика Британія). Тут ще в 70-х роках минулого століття була висунута «двокультурна модель» британського соціуму. Вона передбачала існування в зазначеному соціумі двох самобутніх культур: *буржуазної* і *пролетарської*. При цьому буржуазну культуру розглядали як панівну, а пролетарську – як другорядну, дискриміновану. Всередині цих культур виникають субкультури, зокрема статеві й вікові. Ті субкультури, що пов'язані з другорядною пролетарською культурою, є дискримінованими у подвійному сенсі: як елементи дискримінованої культури і як суто часткові утворення культури.

Загалом представники Бірмінгемської школи вважали, що будь-яка субкультура виникає тоді, коли певна кількість дійових осіб зі схожими проблемами соціальної адаптації входять у тісну інтеракцію поміж собою і створюють нові рамки взаємовідносин. Під цим кутом зору субкультура поставала як спосіб колективного розв'язання спільних проблем. Пізніше ідея субкультурного розв'язання статусних проблем тих чи тих соціальних угруповань стає наріжним каменем відповідних соціологічних досліджень.

Головний дослідницький інтерес соціологів Бірмінгемської школи був спрямований на вивчення специфіки вітчизняних молодіжних субкультур (mods, teds, skinheads, punks тощо), їхнього зв'язку з (1) панівною (буржуазною) культурою, (2) дискримінованою культурою робітничого класу і (3) комерційною масовою культурою. Молодь загалом розглядали не як девіантне чи делінквентне угруповання, а як генерацію, що має стосунок до центральних проблем модерну. Однією з таких проблем вважалася криза робітничого класу, викликана кардинальними змінами в економіці та соціальній структурі розвинених країн. У цьому зв'язку культура робітничого класу перестає бути авторитетним джерелом цінностей для робітничої молоді. Остання, реагуючи на суспільні зміни, стає субкультурою, щоб розв'язувати власні проблеми за умов зростання привабливості комерційного світу масової культури. Отже, виникнення відповідних молодіжних субкультур із робітничого середовища було, на думку представників Бірмінгемської школи, симптомом і одночасно засобом вираження і розв'язання кризи британського робітничого класу.

80–90-ті роки ХХ сторіччя ознаменувалися на Заході, як відомо, широким наступом постмодерну. Нові середні класи почали репрезентувати постмодерністський стиль життя, який характеризується орієнтацією на творчу самореалізацію, задоволення, враження, інноваційність. Члени субкультур стали сильніше підкреслювати значущість для них свободи, автономії, індивідуальності. Жорсткі межі між субкультурами, їхніми стилями під впливом глобалізаційних процесів почали розмиватися. Ставлення до стилю, моди та медіа стають менш ригористичними, ніж раніше.

В умовах постмодерну спостерігається розклад групових ідентичностей, які внаслідок цього поступаються місцем фрагментації, плюралізації стилів. Тим самим усвідомлення власної автентичності на підставі належності до якоїсь субкультури обертається утвердженням субкультурної неавтентичності. Коротко кажучи, індивідуалізовані субкультури постмодерну почали називати *постсубкультурами*, вони багато в чому виказують схожість за своїми рисами із контркультурами, які радикально протистоять культурі, що домінує в суспільстві.

На цій підставі сучасні соціологи змінюють стратегію досліджень постмодерністських субкультур. Про це свідчить, наприклад, книжка британського соціолога Д.Маглетона «*Всередині субкультур*» (2004). У цій книжці стверджується, що соціологи Бірмінгемської школи досліджували модерні субкультури з урахуванням перш за все положень неомарксизму, зокрема теорії культурної гегемонії А.Грамши. І це було більш-менш доцільно. Проте сьогодні для вивчення постмодерністських субкультур цього вже замало. На початку нового століття субкультури мають, як правило, не одне (класове!) джерело формування, а багато різноманітних джерел, не стільки суто соціальних, скільки суто культурних (мода, медіа, поп-культура, ефемерна культура, глобальна культура тощо). Постмодерністські субкультури розглядають передусім як репрезентацію якихось культурних цінностей. Тому для вивчення їх, на думку Маглетона, більш застосовні Веберові концептуальні напрацювання, які передбачають урахування як рівня значень, так і рівня причинних зв'язків. Звідси вихідною точкою має бути емпіричне дослідження суб'єктивних цінностей, належних до даної субкультури. Наступним кроком такого дослідження має бути перехід із рівня індивідуальних смислів на рівень «колективних сил, які стимулюють дії» з метою з'ясування того, які саме уявлення і переконання становлять підставу виникнення явища субкультури. Отже, веберівський підхід до субкультур спирається на інтерпретацію суб'єктивних значень і цінностей членів цих субкультур. Інакше кажучи, дослідники повинні мати на увазі, що члени субкультур мають у своєму розпорядженні «внутрішні

ментальні ресурси», завдяки яким вони розуміють, інтерпретують і оцінюють доступний їм перебіг подій. З цієї точки зору, не слід нехтувати суб'єктивними уявленнями, орієнтаціями та переконаннями членів субкультур, а радше трактувати дуже поважно як такі, що вони вказують на мотивацію їхніх дій. Тим самим, стверджує Маглетон, центральним компонентом будь-якої спроби пояснення субкультурних явищ має бути їхній суб'єктивний вимір. Інакше кажучи, розуміння субкультур *зсередини*, з боку їхніх членів є суттєвою соціологічною інформацією (див.: Muggleton, 2004: 40–45).

Лейтмотив сучасних субкультурних досліджень

Основна теза Д.Маглетона цілком узгоджується із дослідницькою стратегією вивчення субкультур, реалізованою зараз у працях українських і російських учених. До речі, в соціологічній літературі радянських часів концепт «субкультура» з'явився наприкінці 80-х років минулого століття. Можливо, це відбулося саме тоді, коли на об'єднаному конгресі австрійських, німецьких і швейцарських соціологів (Цюріх, 1988) пролунала думка про те, а чи не застарів концепт «субкультура» у світлі тогочасних суспільних зрушень на Заході? Сьогодні на це запитання можна впевнено відповісти, що ні, концепт «субкультура» не застарів. А ось його зміст, сенс в епоху глобалізації потребує, безсумнівно, уточнення, переосмислення.

Нині центральним завданням субкультурних досліджень у пострадянському просторі стає вивчення специфічних субкультур через з'ясування особливостей *ментальності* членів цих субкультур, їхніх *картин життєвих світів*. У цьому контексті добрим теоретико-методологічним підґрунтям можуть слугувати роботи дослідників із Санкт-Петербурга «*Цветущая сложность: разнообразие картин мира и художественных предпочтений субкультур и этносов*» (2004) та українських авторів «*Проблеми теорії ментальності*» (2006). «Ментальність» і «картина життєвого світу» як поняття дуже близькі за змістом. Ментальність – це відносно цілісна сукупність знань, орієнтацій, вірувань, переконань, що створює картину світу індивіда чи соціальної групи. Часто-густо ментальність є нерелефною, логічно

не артикульованою. Когнітивний компонент у її структурі майже не відділений від емотивного і нормативних компонентів. Змінюється ментальність дуже повільно і нерідко навіть непомітно для її носіїв. Своєю чергою, картина життєвого світу – це панорамне уявлення окремої людини або соціальної групи про навколишній життєвий світ і своє місце в ньому. Це не просте відображення дійсності, а радше своєрідно сконструйована система взаємопов'язаних образів та уявлень щодо навколишнього життєвого світу.

Внаслідок того, що в сучасному соціумі є багато угруповань, не тільки молодіжних, а й професійних, етнічних, мовних, релігійних, політико-ідеологічних, територіальних тощо, можна припустити існування множинності картин життєвого світу, які виявляють і схожість, і відмінності поміж собою. При цьому гомогенні угруповання мають, імовірно, однакові картини життєвого світу, а гетерогенні – різні. Проте це не виключає, що представники однієї соціальної групи можуть демонструвати як розбіжності між своїми картинами життєвого світу, так і схожість.

У дослідницькій практиці, орієнтованій на вивчення субкультур на підставі картин життєвого світу, не треба забувати, що їхній специфічний зміст можна встановити на підставі бінарних опозицій. До уваги можна брати такі опозиційні риси картин життєвого світу, як *локальність vs глобальність, активність vs пасивність, оптимістичність vs песимістичність, інноваційність vs традиційність, раціональність vs нераціональність, матеріалістичність vs постматеріалістичність*. Крім того, за критерієм вираження картин життєвого світу можна виділяти *спільноти-субкультури* (соціальні угруповання з усталеними, чітко вираженими картинами життєвого світу), *дифузні субкультури* (соціальні угруповання з переважно слабо вираженими картинами життєвого світу), *лімінальні субкультури* (молодіжні угруповання з переважно розмитими, перехідними картинами життєвого світу).

Зрозуміло, що субкультури в сучасному українському соціумі варіюються не тільки за своїми картинами життєвого світу. Вони репрезентують також й інші відмінності (мова, культурні традиції, регіональні особливості, моделі культурного споживання тощо). Субкультури – це не тільки якісь

особливі ментальності й специфічні картини життєвого світу, це також зовнішні форми їх прояву. В цьому плані суттєве значення мають *культурні практики* різноманітних соціальних угруповань у вільний час – інтелектуальні, прагматичні, релігійні, художні, рекреаційно-розважальні тощо. Річ тут у тому, що носії тих чи тих культурних практик не лише виражають безпосередньо через них свою індивідуальність, а й маніфестують опосередковано свою належність до певних субкультур.

Сьогодні субкультурна проблематика набула неабиякого значення у вітчизняній соціології. З'ясувалося, що субкультури відіграють важливу роль у суспільному житті, налаштовуючи людей на певне бачення, розуміння та відчуття навколишнього життєвого світу. Саме в цій функції субкультури можуть зробити вагомий внесок у консолідацію сучасного українського соціуму. Окрім того, як показує історичний досвід, соціум із примітивною, одноманітною соціокультурною структурою не є життєздатним. *Багатоманітність – це необхідна умова будь-якого розвитку.* Тому кожному соціуму потрібен запасний арсенал соціокультурних властивостей, які можуть стати у пригоді в майбутньому. Субкультурна диференціація якраз забезпечує суспільство таким арсеналом. Сучасна плюралізація суспільного життя, передбачаючи якісну диференціацію життєвих світів, безперечно, сприяє соціокультурній багатоманітності нашого соціуму. Але водночас цей процес може породжувати *анклавізацію* соціокультурного простору, ризики субкультурних напружень, суперечок і конфліктів. Тому під час вивчення змістовності та спрямованості наявних субкультур потрібно звертати увагу і на їхній дисфункціональний потенціал. Утім не менш, як справедливо зазначав у своєму інтерв'ю газеті «Дзеркало тижня» академік НАН України І.Дзюба, існування в соціумі культурних відмінностей «не завжди і не у всьому є джерелом слабкості та загроз. Іноді навпаки – це елемент життєздатності та багатоманітності. Зокрема, регіональні культурні та побутові відмінності в Україні – величезний резерв нашої культури, її реальне багатство, яке, на жаль, ми ще не освоїли і не навчилися цінувати». Ось чому фронт субкультурних досліджень у вітчизняному соціокультурному просторі потребує розширення і поглиблення.

1.2. Поточні концептуалізації культурних порядків

Поза стійкою гегемонією

Сьогоднішній складно диференційований і динамічний світ культури й медіа буває розмаїтістю, тотальним змішанням епох, онтологій, жанрів, розмитістю кордонів і нечіткістю образів. У спробі його структурувати, щоб оглянути цілком, хоч якось задовольнивши усе ще не зжиту універсалістську інтенцію, а простіше кажучи, скласти якусь загальну картину, можна подивитися на нього крізь призму субкультурних відмінностей. Це значить представити суспільство розосередженням різноманітних культурних порядків, заснованих на регулярних і повторюваних практиках. Чи завжди ці порядки рівноцінні тому, що з 60–70-х років минулого століття заведено називати субкультурами, маючи на увазі їхню підлеглу співвіднесеність, як зараз кажуть, із мейнстрімом, домінантою або, як казали раніше, «базовою» культурою. Не секрет, що тим самим найчастіше підкреслювали їхню ідеологічну, ба й політичну недосконалість, структурну другорядність або культурне дивацтво. Звичайно ж, таке розуміння субкультур здалося б досить спрощеним стосовно до сучасного гетерогенного і фрагментарного суспільства. Та й самі субкультурні утворення, що претендують в уяві соціологів на статус певних «ідеальних» зразків, були б статистично малозначимі. Сьогодні акценти дедалі частіше зміщаються у бік стилів, субкультурних рис, практик, конфігурацій у якості зв'язних і відтворених культурних реалізацій, що дає можливість репрезентувати субкультури в новому форматі, зокрема і як постсубкультури. Навряд чи цей концепт остаточно визначений, але те, що його онтологічний прототип підлягає ретельному вивченню, сумнівів не викликає. Тому термінологічна обережність, так само як і виправдана сміливість, явно не зашко-

дить у вивченні соціокультурних матриць за реконструкції стійких своєрідностей, які характерні для сучасних суспільств, включно з українським.

Упровадження нових концептуальних інструментів у дослідження культури у зв'язку з очікуваннями якогось іншого, такого, що резонує із глибокими трансформаціями теоретизування, відновлення орієнтації в заплутаному просторі культурної теорії, ревізії її мови, що втратила виразність, уточнює теми й модальності предметних обговорень. Загалом і в цілому найближче майбутнє культурної теорії бачиться в увазі до процесуального, мобільного, випадкового, прагматичного характеру соціальних і культурних феноменів. Звідси й до таких концептів, як «складність, збирання, потік і турбулентність, аутопойезис, ко-пойезис і ко-емерджентність», які можуть багато чого про ці феномени сказати (Venn, 2007: 49). Саме такими міркуваннями випереджаються дебати щодо зсувів і зрушень у культурній теорії, не дуже давно розгорнуті в журналі *Theory, Culture & Society*, одному з провідних у сфері соціальної та гуманітарної науки. Дебати, які не розсіюють, тим часом, упевненість, що програмним для культурних студій залишається їхній родовий дискурс про «гегемонію», що експлікує взаємодію культури, влади й теорії.

До розмови про субкультури все це має прямий стосунок, оскільки дає змогу по-іншому глянути на проблему культурних субординацій та порядків, просторові, часові, енергетичні зміщення домінантних і решти структур та утворень.

Уже не йдеться про колишню «гегемонію», що відповідно до всієї критичної традиції припускає символічну домінацію, легітимовану владу, життєздатні інститути. Радше, констатує Скот Леш, слід говорити про пост-гегемонію як підставу нового, онтологічного режиму влади в перебігу її становлення й «політики інтенсивності», більш релевантної в нинішніх умовах, ніж попередня «екстенсивна політика» (Lash, 2007: 55–78). Власне, він пропонує кілька рішучих виправлень до усталеної концептуалізації гегемонії, що відповідали б сучасним модусам та імплікаціям влади. Насамперед, це перехід від «епістемологічного режиму» влади до її «онтологічного режиму». Перший здійснюється

як відтворення символічного порядку через нормативний дискурс, предикативні властивості мови, що визначає об'єкт набором його атрибутів. В онтологічному режимі влада виявляє себе на рівні існування й фактичності у гайдегерівському сенсі. По-друге, зрушення від влади як домінації «над» у бік розуміння влади «зсередини», влади як потенції й генерувальної сили, перебуває в реальному, у повсякденній мові, тілах, речах, у перманентному продукуванні розбіжностей, радше ніж у репродукції символічної домінанти. «Ми більше не впорядковуємося: замість цього ми самоконституємося у відмінностях» (Lash, 2007: 61). По-третє, відхід від нормативності до фактичності, тобто загальний рух від норм до фактів у політиці. Нарешті, заміщення екстенсивного режиму репрезентації соціальних відносин, убудованих у символічне, інтенсивним режимом комунікацій, які перформативно, автоматично легітимізують усе, що потрапляє в їхню орбіту (Lash, 2007: 56–68).

Не важко помітити, що Леш моделює механізми здійснення влади в сучасному світі, узагальнюючи значну частину концептуальних знахідок та інтенцій соціальної науки останніх десятиліть. У результаті складність, звісно, аналітично розчленовується для інтелектуальних випробувань, але все-таки конструкція набуває трохи надлишкову стрункність. Ризикований задум дистанціювати і протиставити епістемологію й онтологію домінації – завдання, мабуть, кантіанського масштабу, і завжди залишаються сумніви щодо переконливості аргументів і мови соціології, коли йдеться про описи життя – чи то новий віталізм, чи то щось інше. Справді, як адекватним чином подати наш світ, що став неймовірно мультипліцитним, у якому те, що трапляється, події будь-яких контекстів – природних, технологічних, політичних, соціальних – змінюють раптом загальні культурні алгоритми сприйняття й дії, які ще вчора здавалися доречними та стійкими. Причому культурні агенти вже не розцінюють ці стани як щось надзвичайне і неприродне. Культура настільки набирає автономії, що домінації та практики, які вона продукує, нібито зовсім позбавлені соціокультурної причинності. Однак ця сама причинність, хитросплетення структурних і владних імперативів раптово дають

про себе знати з не меншою, ніж колись, силою, формуючи, наприклад, політичний режим або стилі культурного споживання. Розрізнення Лешем епістемологічної й онтологічної влади для ідентифікації режиму постгегемонії, проте, досить вражає, оскільки озивається на ті нові тенденції в гуманітарних підходах, що наступають дедалі виразніше. Наздогнати реальне, виявити його сліди в багатопланових просторах життя людей, у збільшенні конструктивів, що поєднують можливе, симультанне, харизматичне й дійсне, які їх, людей, оточують і фрагментами чого вони, люди, стають. Добратися до реального, що веде за межі суджень і дисциплінарних дискурсів, до реального, що є невисловлюваним, але присутнє у виборах і діях повсякденності, яка обволікається медіатизацією, що, як відомо, чудово справляється із усілякими постановками того, що сприймається за реальне.

Для культурних студій важливі ці зсуви в концептуалізації нових модусів влади, які не надто легко «викривати», вдаючись до символічних або ідеологічних операторів, оскільки вона виходить «зсередини» феноменів і їхніх взаємодій. Неабияк важлива й увага до факту, радше до «трансцендентного емпіризму» (Дельоз), якщо вважати, що логіка і знання іманентні відчуженню. Мабуть, тут були б потрібні неспішні відсилання до драматичної дилеми фізики й метафізики в гуманітарному пізнанні. Однак суттєво спростимо завдання, нагадавши лише про те, що навіть ретельним скануванням артефактів або їх класифікацією згідно з налагодженими раніше й ригідними моделями соціологові культури вже не обійтися.

Перспективи «інформаційного матеріалізму»

У нові культурні концептуалізації, розгорнуті сьогодні у бік онтології, нового емпіризму, постгерменевтики, «інформаційного матеріалізму» вписуються й міркування про «матеріальність» медіавпливів (*Adkins, Lury, 2009; Kittler, 2009; Костенко, 2009*). Цей дискурс формується різними напрямками, серед радикальних версій яких є й ті, що орієнтовані на природознавчі практики, як у Бруно Латура (*Латур, 2003*), і рафіновано гуманітарні, як у Ганса Ульріха Гумбрехта (*Гумбрехт, 2006*), з різними родоводами,

різними кумирами й авторитетами. Проте він відрізняється спільними «матеріалістичними» інтуїціями й антипатією до соціальної герменевтики.

Стосовно медіа така інтенція ніяк не здається дивною, позаяк медіа дедалі інтенсивніше перетворюються в поточні й невідворотні умови культури, повсякденного світу, інтелектуального досвіду. В «тотальне медіа середовище», що колись припускав МакЛюєн. Як відомо, за останні сорок–п'ятдесят років із медіа відбулися різючі метаморфози. У 70-х минулого сторіччя медіа стали «the медіа» (Mulder, 2006), потужними агентами впливу й культурної індустрії, у 80-х заговорили про «нові медіа», про телекомунікації, у 90-х – про «мультимедіа», яким була передвизначена цифрова доля. Нарешті, з 2000-х – про «повсюдні» медіа, які спритно впроваджуються в наше життя, змінюючи структури влади, конфігурації сприйняття, відчуття, взаємодії з іншими людьми та інститутами (Featherston, 2009: 5). Ідеться першою чергою про глобальні медіасистеми, що досягли свого статусу саме завдяки технологічним зльотам, та про історії щодо влади техніки над людьми в сучасному світі, від найфантастичніших до строго аргументованих, які в усіх на слуху. Проте у просторі життя сучасних людей одночасно присутні всі медіа-уклади – і 80-х та 90-х років, і старі, традиційні медіа, і мультимедійне середовище, які взаємопроникають і накладаються одні на одних, і ці інтерференції втілюються в найрізноманітніших змішаних зразках – основних продуктах і практиках сучасної культури. Почасти до таких продуктів і практик належать і стилі інформаційного споживання.

До інформаційних теорій і похідних від них уявлень щодо суспільства, століття або ери інтерес не втрачається у всіляких наукових і культурних відсиленнях. «Дегуманізувальні» гіпотези в цій царині не здаються приголомшливими, точніше, вся сила таких реакцій дісталася майже п'ятдесят років тому Маршалові МакЛюєну, який розвинув медіа-аналіз убік технології передання повідомлення, поступившись інтерпретацією його значення, а про сприйняття тих, кому це повідомлення надіслане, годі й говорити. Вивчення МакЛюєном фундаментального впливу каналу, технічного пристрою на зміст того, що транслюється, а ніяк

не навпаки, дало йому підстави вбачати в цій трансформувальній владі те реальне послання технології медіа, що визначає в комунікації будь-яке інше. «"Повідомленням" медіуму або технології є зміна розміру, або темпу, або зразка, які вони привносять у людські відносини» (McLuhan, 1995: 8). Ототожнення МакЛюеном медіуму й повідомлення у тій магічній формулі, що за нею зміст просто стає технічною формою, дотепер озивається розлюченою критикою. Її предмет – зведення людської комунікації до послання суто медіальних носіїв, відсутність «медіа-онтологічної підозри», тобто визнання якоїсь абсолютної відвертості самих медіа, або наївне засвоєння епатажної спадщини кубізму з його маніфестацією природних трансляторів – полотна, фарб, кольорів або форми (Гройс, 2003). Тим часом, концепція МакЛюена, хрестоматійно залічувана до «технологічного детермінізму», ніколи не вважалася надто вже однозначною. Радше вона є інспірованою ідеєю неподільності культури й технології, ідеєю, що не припускає поляризації дебатів про медіа й комунікації (Hansen, 2006) і зберігає герменевтичну інтенцію «зрозуміти медіа» як «продовження людини», що звучить у назві його найвідомішої праці. Власне, небажанням відмовитися від «антропоцентричних ілюзій» і дорікають професорові англійської літератури теоретики з радикального постгуманізму в медіа-аналізі. Хоча в якомусь сенсі він, як виявилось, просунувся цим не дуже давно окресленим шляхом далі, ніж, наприклад, Шенон і Вівер у своїх теоріях, що передбачають крім медіуму, який один лише й цікавив МакЛюена, ще й джерело інформації та реципієнта у процесі комунікації (Gane, 2005).

Сьогодні Фридрих Кітлер говорить ще жорсткіше й упевненіше: «Медіа детермінують нашу ситуацію», яка завдяки цьому заслуговує нового визначення й критичного аналізу (Kittler, 1999: xxxix). Звичайно ж, мається на увазі сучасна ситуація, час цифрових технологій, що вможливають переведення будь-якої інформації в бінарний код і в підсумку поглинання всіх медіа одним супермедіумом, який одержує монополію на продукування культурних зрушень. Те, як саме він працює, навряд чи проникає в царину культурної рефлексії або усвідомлюється користувачем, що в найліпшому

разі має справу із програмами, software, як ефектами прихованих операційних систем, тоді як hardware, сам медіум, перебуває в режимі таємності й захищеності. Якщо врахувати й те, що програмні, технологічно опосередковані коди здатні відчутно структурувати повсякденну мову й людське сприйняття, а також взяти до уваги інші схеми технологічного управління користувачем, то стане цілком зрозуміла артикуляція Кітлером зв'язку влади й технології, можливостей останньої контролювати соціальні стани поза людськими зусиллями (Gane, 2005: 34–39).

У критичній проекції ідей МакЛюена й інформаційних теорій першої хвилі на світ комп'ютерів, інтелектуальних машин з їхніми величезними запасами пам'яті й розгалуженими мережами, інформація розглядається з погляду її матеріальних властивостей, як невіддільна від фізичних компонентів, які роблять її можливою, а самі медіа – як *процесори інформації*. Логіка «медіа-матеріалізму» Кітлера зобов'язує позначити «семіотично звільнений простір» для опису й аналізу технологічних форм, які б передували будь-якому аналізу значень і давали йому підстави. Такий підхід, принципово відмінний від парадигм традиційного соціологічного вивчення медіа-технологій від Вебера до Кастельса, де за суб'єктом зберігається центральний статус, реконструює людину в контексті негуманного машинного середовища і залишає осторонь соціальні й культурні зумовленості технологій. Це не означає, проте, що Кітлер індиферентний до культурних впливів та імплікацій, він наполягає тільки на одному: будь-яке розуміння й будь-які ілюзії продукуються домінантними інформаційними технологіями. Прояснюючи структури влади в комунікаційних системах та їхні історичні зміни, Кітлер вводить у свою методологію дискурсивний аналіз і практику генеалогії Фуко, намагаючись переконати нас, що технологічна логіка тільки випадково й часом виявляється синхронною людському сприйняттю. Як, наприклад, трапилося на початку минулого століття, коли нові інформаційні технології (телефон, кіно, фонограф), що активізували особливі шари несвідомого, забезпечили успіх психоаналітичним практикам (Kittler, 1999: 88–90). Убачаючи сутнісний зв'язок між інформаційними схемами

та структурами свідомості, Кітлер залучає психоаналіз Лакана, показуючи у праці «Грамофон, фільм, друкарська машинка», як медіа-технології співвідносяться з лакановськими реєстрами реального, уявного та символічного, й аргументуючи символічний порядок світу комп'ютерів, що розпочався з друкарської машинки, де повідомлення – не більш як послідовність знаків або сигналів.

Нескладно перенести аналогію на радіо, телебачення, пресу, найпоширеніші сьогодні медіа, які, між тим, належать уже до розряду традиційних. Однак не для того, щоб сформулювати які-небудь однозначні констатації або висновки. Радше аби показати: простір міркувань про медіа і їхню участь у нашому сприйнятті світу, у житті соціуму розширюється, що не виключає можливості незапланованих поворотів і доречність нових гіпотез. Тим паче, що одночасна присутність у сучасній культурі чи не всіх медіапорядків – «the Media», комп'ютерних і мобільних мереж, «всюдисущих» медіа, вмонтованих у навколишнє середовище, – тому сприяє.

2. СУБКУЛЬТУРНІ СПІЛЬНОТИ

2.1. Субкультурні риси статусних угруповань

У науковій літературі статус заведено визначати як позицію індивіда чи групи в соціальній структурі, згідно з якою вони оцінюються з точки зору поваги та визнання. При цьому рекомендується розрізняти «суб'єктивний» (суб'єктивне відчуття престижу позиції) і «об'єктивний» (політико-правові параметри позиції) виміри статусу. У зв'язку з цим індикаторами статусу є не тільки владні повноваження, обсяг економічного капіталу, обсяг і характер доходів, умови і зміст праці, перспективи статусного зростання, обсяг вільного часу тощо, а й також його моральний престиж, репутація, суб'єктивне сприйняття, задоволеність ним і т.ін. Загалом це означає, що статусні показники можна розглядати в термінах «культурного капіталу», який, своєю чергою, дає змогу тлумачити *статус як культурно-своєрідний стиль* індивідуального і групового життя.

Як відомо, статусні угруповання утворюють індивіди, що перебувають на схожих статусних позиціях, у подібних статусних ситуаціях, позитивно чи негативно оцінюються з огляду на авторитет і престиж. Тривале дотримання певних цінностей і норм, а також захист чи відстоювання границь, які відділяють дану групу від інших угруповань соціального простору, неодмінно сприяють формуванню групової субкультури. В нашому випадку йдеться про формування насамперед

субкультурних рис сучасних статусних угруповань українського соціуму, які характеризують їхній своєрідний стиль життя.

У перспективі соціокультурного підходу статусні угруповання соціуму можна репрезентувати як *субкультурні групи*. Саме як субкультурна група статусне угруповання має чи визначає свої цілі, цінності й норми, які певним чином або збігаються із цінностями та нормами загальної (домінантної) культури соціуму або є опозиційними до неї. Тому деякі дослідники субкультурної проблематики вважають, що субкультурна група може виражати свою особливість стосовно домінантної культури у кілька способів. По-перше, субкультурна група може бути згуртованим соціальним утворенням (субкультурою-спільнотою типу *Gemeinschaft*), яка впродовж тривалого існування виробляє спільні цінності та норми, атрибути та взаємозв'язки, які необов'язково є опозиційними щодо загальної (домінантної) культури соціуму. По-друге, субкультурна група може виражати свою особливість як через критику, так і через невизнання домінантної системи культури або деяких її елементів (тобто цінностей і норм, що становлять підставу загальної культури), а також через пропозицію елементів альтернативної культури. По-третє, субкультурна група з огляду на її особливість може перебувати на маргінесі провідних тенденцій суспільного життя (наприклад, наркоманні, насильницькі, сектантські субкультури). Таким чином, у контексті співвідношення з домінантною культурою соціуму типи наявних субкультур можуть бути дійсно розташовані в певному двополюсному континумі. Це означає, як зазначено вище, що кожна групова субкультура як часткова культура тих чи тих суспільних угруповань може як ухилятися від цінностей і норм домінантної культури, так і збігатися з ними.

У нашому випадку головне дослідницьке завдання пов'язане із з'ясуванням субкультурних рис статусних угруповань сучасного українського соціуму, що дасть змогу визначити насамперед їхню особливість одне щодо одного. Це можливо здійснити на підставі аналізу відповідних соціологічних даних про *стан ментальності та культурні практики* відрізнених статусних угруповань соціуму. При цьому різні

показники ментальності статусних угруповань характеризуватимуть ті чи інші аспекти їхніх *картин навколишнього життєвого світу*, а відповідні культурні практики виражатимуть не тільки стильову своєрідність занять у вільний час, а й *опосередковану належність до певних субкультур*.

Дані соціологічного моніторингу та омнібусів Інституту соціології НАН України наприкінці минулого століття і в першій декаді нового дають змогу виокремити кілька статусних угруповань сучасного українського соціуму. З урахуванням основних параметрів економічного капіталу (доходу, матеріального становища сім'ї) і культурного капіталу (освіти, наявності використання предметів культурно-рекреаційного призначення) та їх розподілу серед опитаного населення можна визначити (сконструювати) такі статусні угруповання: *високостатусні*, які мають вищі за середні показники зазначених капіталів; *середньостатусні*, які мають відповідні показники середнього рівня; *низькостатусні*, які мають у цьому сенсі показники, нижчі за середні. При цьому беруться до уваги як зайняті, економічно активні верстви населення, так і ті, що у сфері суспільного виробництва або ще не працюють (учні/студенти), або вже чи тимчасово не працюють (пенсіонери, домогосподарки, безробітні). Згідно з отриманими соціологічними даними, у 2009 році високостатусні угруповання охоплювали працівників державного управління; спеціалістів технічного профілю (з вищою або середньою спеціальною освітою); працівників фінансово-економічної сфери (з вищою або середньою спеціальною освітою); спеціалістів гуманітарного профілю (освіта, наука, культура, охорона здоров'я, дошкільне виховання тощо) з вищою або середньою спеціальною освітою. Своєю чергою, до середньостатусних угруповань були включені працівники правоохоронних органів, військовослужбовці; підприємці середнього і малого бізнесу; робітники промисловості, будівництва, транспорту, торгівлі, сфери послуг (без вищої або середньої спеціальної освіти); учні, студенти, аспіранти, курсанти; самозайняті у сільському господарстві, сфері послуг, торгівлі тощо. Низькостатусні угруповання охоплювали допоміжний персонал у всіх сферах суспільного господарства (без вищої або середньої спеціальної освіти); працівників сільськогосподарських підприємств; непрацюючих

пенсіонерів і домогосподарок; зареєстрованих і незареєстрованих безробітних. Зазначимо: якщо у вибірковій сукупності соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України 2003 року високостатусні угруповання становили 12%, середньостатусні – 30%, низькостатусні – 58%, то у вибірковій сукупності інститутського моніторингу 2009 року перші становили 20% респондентів, другі – 36%, треті – 44%.

Нижче наведено соціологічні дані, які дають змогу з'ясувати *схожість* і *відмінності* в ментальності та культурних практиках вирізнених статусних угруповань. Виявлені схожість і відмінності у відповідних характеристиках статусних угруповань сигналізуватимуть не тільки про їхній збіг/незбіг, а й про специфічність статусно-групових картин навколишнього життєвого світу і, таким чином, про їхні своєрідні субкультурні риси.

Ціннісна ментальність. Ця характеристика є однією з центрових при розгляді ментальності статусних угруповань. Концептуально ціннісна ментальність пов'язана як із потребами людей, так і з ціннісними стандартами (критеріями), виробленими в певному соціумі (культурі). На підставі задоволення/незадоволення потреб і з урахуванням ціннісних стандартів (критеріїв) здійснюються ціннісні оцінки будь-яких вимірів життєвого світу. Внаслідок цього в людській ментальності створюється ціннісно-сміслова картина навколишнього життєвого світу з його можливостями та обмеженнями. Отже, ціннісна ментальність є найважливішим орієнтиром бачення, розуміння і відчуження життєвого світу людей, а також суттєвим регулятивом їхньої поведінки, діяльності та спілкування.

Щоб з'ясувати особливості ціннісної ментальності означених статусних угруповань респондентам пропонували список із 20 життєвих позицій, *важливість* яких вони мусили оцінити *особисто для себе* за п'ятибальною шкалою, де 1 бал означає «зовсім не важливо», 2 бали – «радше не важливо», 3 бали – «важко сказати», 4 бали – «радше важливо», 5 балів – «дуже важливо». Нижче (табл. 1) наведено список життєвих позицій і середньозважені індекси, які показують їхню суб'єктивну важливість для вибіркової сукупності опитаних (у 2009 році) залежно від їхньої належності до тих чи тих статусних угруповань.

Таблиця 1

Ціннісні пріоритети статусних угруповань українського соціуму, 2009
(середньозважені індекси за п'ятибальною шкалою)

<i>Життєві позиції</i>	<i>Угруповання соціуму</i>		
	<i>Низько-статусні (n = 780)</i>	<i>Середньо-статусні (n = 626)</i>	<i>Високо-статусні (n = 351)</i>
Міцне здоров'я	4,83	4,84	4,88
Міцна сім'я	4,79	4,82	4,87
Благополуччя дітей	4,78	4,62	4,77
Матеріальний добробут	4,65	4,68	4,66
Створення в суспільстві рівних можливостей для всіх	4,15*	4,27	4,28*
Сприятливий морально-психологічний стан у суспільстві	4,05**	4,21	4,30**
Суспільне визнання (повага з боку друзів, колег, співгромадян)	4,02**	4,30	4,28**
Відсутність значного соціального розшарування (багаті – бідні, вищі – нижчі верстви суспільства)	3,71**	3,57	3,45**
Незалежність у справах, судженнях, вчинках	3,66**	3,94	4,09**
Цікава робота	3,61**	4,55	4,53**
Демократичний розвиток країни	3,58*	3,69	3,77*
Державна незалежність країни	3,46**	3,68	3,79**
Можливість висловлювати думки з політичних та інших питань, не побоюючись за особисту свободу	3,45**	3,63	4,87**
Національно-культурне відродження	3,43**	3,65	3,73**
Розширення культурного кругозору, залучення до культурних цінностей (через мистецтво, художню творчість, хобі тощо)	3,37**	3,62	3,90**
Підвищення освітнього рівня (інтелектуальний розвиток)	3,36**	3,87	4,08**
Можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур	3,22**	3,37	3,50**
Участь у релігійному житті (регулярне відвідування церкви, богослужінь, дотримання обрядів тощо)	2,95	2,84	2,83
Можливість підприємницької ініціативи (створення приватних підприємств, заняття бізнесом, фермерства)	2,91**	3,61	3,37**
Участь у діяльності політичних партій і громадських організацій	2,42	2,46	2,54

* Статистично значимі відмінності середньозважених індексів фіксуються за рядками між крайніми стовпчиками (* – на рівні 5%, ** – на рівні 1%).

Аналіз наведених даних свідчить, що між ціннісними пріоритетами високостатусних і середньостатусних угруповань, з одного боку, і низькостатусних – з іншого, спостерігаються суттєві розриви. Якщо список із 20 життєвих позицій взяти за 100%, то тоді статистично значима різниця між ціннісними пріоритетами вказаних угруповань становить 70%. Це означає, що ціннісно-сміслова картина життєвого світу низькостатусних угруповань українського соціуму радикально відрізняє їх від високостатусних і середньостатусних угруповань. Водночас статистично значимі відмінності між ціннісними пріоритетами носіїв високого і середнього статку спостерігаються лише у 30% випадків. Звідси ціннісна ментальність означених статусних угруповань є радше схожою, ніж відмінною. Таким чином, на підставі з'ясованого стану ціннісної ментальності різних статусних угруповань соціуму, встановлених збігів і розбіжностей у ціннісних пріоритетах цих угруповань можна стверджувати наявність двох субкультурних контурів, які репрезентують різні ціннісно-сміслові картини навколишнього життєвого світу – високостатусних і середньостатусних угруповань, з одного боку, і низькостатусних – з іншого.

Тепер згрупуємо ціннісні пріоритети за критерієм *однорідності*, їх пов'язаності з потребами і ціннісними стандартами, які сьогодні поширені в українському соціумі. В результаті виявлено кілька *ціннісних синдромів*. Один із них (*вітальний*) охоплює вітальні ціннісні пріоритети («міцне здоров'я», «міцна сім'я», «благополуччя дітей», «матеріальний добробут»). Другий (*соціальний*) містить соціальні ціннісні пріоритети («створення в суспільстві рівних можливостей для всіх», «сприятливий морально-психологічний стан у суспільстві», «відсутність значного соціального розширення»). Третій (*самореалізаційний*) об'єднує самореалізаційні ціннісні пріоритети («суспільне визнання», «незалежність у справах, судженнях, вчинках», «цікава робота», «розширення культурного кругозору, залучення до культурних цінностей», «підвищення освітнього рівня»). Четвертий (*політико-громадянський*) поєднує політико-громадянські ціннісні пріоритети («демократичний розвиток країни», «державна незалежність країни», «можливість висловлю-

вати думки з політичних та інших питань, не побоюючись за особисту свободу», «можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур», «можливість підприємницької ініціативи», «участь у діяльності політичних партій і громадських організацій»). П'ятий (традиціоналістський) охоплює традиціоналістські ціннісні пріоритети («національно-культурне відродження», «участь у релігійному житті»).

Нижче (табл. 2) наведено агреговані індекси зазначених ціннісних синдромів та їхній ранговий порядок у структурі ментальності статусних угруповань.

Таблиця 2
Ціннісні синдроми статусних угруповань українського соціуму, 2009
(агреговані індекси за п'ятибальною шкалою, ранги)

Ціннісні синдроми	Угрупування соціуму		
	Низько-статусні (n = 780)	Середньо-статусні (n = 626)	Високо-статусні (n = 351)
Вітальний	4,76(1)	4,74(1)	4,80(1)
Соціальний	3,97(2)	4,02(2-3)	4,01(3)
Самореалізаційний	3,60(3)	4,06(2-3)	4,18(2)
Політико-громадянський	3,17(4-5)	3,41(4)	3,64(4)
Традиціоналістський	3,19(4-5)	3,25(5)	3,28(5)

Як бачимо, вітальний ціннісний синдром превалює в ментальності всіх статусних угруповань. Статистично значимі відмінності за цим ціннісним синдромом між вирізненими статусними угрупованнями не спостерігаються. Це означає, що даний ціннісний синдром не диференціює ментальність зазначених статусних угруповань.

У структурі ментальності носіїв низького статусу друге рангове місце посідає соціальний ціннісний синдром. У структурі ментальності середньостатусних угруповань він поділяє друге і третє рангові місця, а в ментальності високостатусних – третє. Проте, за критерієм Стьюдента, статистично значимих відмінностей за соціальним ціннісним синдромом

між виокремленими статусними угрупованнями не спостерігаємо. Отже, даний ціннісний синдром також не диференціює ментальність статусних груп.

Те саме слід визнати й щодо традиціоналістського ціннісного синдрому. Незважаючи на певні відмінності в індексах даного ціннісного синдрому в розглядуваних статусних угрупованнях, ці розбіжності, однак, не є статистично значимими.

Ментальність статусних угруповань статистично значимо диференціюють самореалізаційний і політико-громадянський ціннісні синдроми. Причому в обох випадках індекси вказаних ціннісних синдромів зростають монотонним чином, від низькостатусних до високостатусних угруповань. Отже, самореалізаційний і політико-громадянський ціннісні синдроми, диференціюючи ментальність статусних угруповань (першою чергою, низькостатусних і високостатусних), тим самим визначають їхню субкультуро-ментальну специфіку. Як субкультури статусні угруповання збігаються за вітальними, соціальними і традиціоналістськими ціннісними синдромами, але різняться за самореалізаційними та політико-громадянськими ціннісними пріоритетами.

Матеріалістична/постматеріалістична орієнтація. Згідно з відомою концепцією Р.Інглгарта, люди, які роблять наголос на важливості для них передусім фізичної та економічної безпеки, є матеріалістично орієнтованими. В цілому вони утворюють типологічну групу «матеріалістів». Водночас люди, які наголошують важливість для них передусім самовираження і самореалізації, є прихильниками постматеріалістичних цінностей. У цілому вони становлять типологічну групу «постматеріалістів». Окрім того, до уваги потрібно брати людей зі змішаною орієнтацією, згідно з якою вони характеризуються одночасною настановою на матеріалістичні й постматеріалістичні цінності. Ця типологічна група в соціологічній літературі дістала назву «реалістів». Нижче (табл. 3) наводяться дані 2006 року, які показують розподіл зазначених типологічних груп серед вирізних статусних угруповань українського соціуму.

Таблиця 3

Розподіл «матеріалістів», «реалістів» і «постматеріалістів» серед статусних угруповань українського соціуму, 2006 р. (%)

Статусні угруповання	Типологічні групи		
	«Матеріалісти»	«Реалісти»	«Постматеріалісти»
Низькостатусні угруповання (n=1027)	62	37	1
Середньостатусні угруповання (n=396)	58	40	2
Високостатусні угруповання (n=279)	54	49	3

Як бачимо, серед усіх статусних угруповань превалює матеріалістична орієнтація. У 2003 році найбільше «матеріалістів» спостерігалось серед низькостатусних і високостатусних угруповань. Загалом, як показують моніторингові дані Інституту соціології НАН України, в українському соціумі приблизно до 2000 року рівень такої орієнтації весь час зростав. Через масове збіднення матеріалістичні цінності, які в науковій літературі визначаються як «*цінності виживання*», 2000 року поділяли три чверті населення країни. Проте після 2000 року вага матеріалістичних цінностей у ментальності населення починає зменшуватися. Вже у 2006 році їх поділяли 59% опитаного населення країни. Така ціннісна зміна відбулася, вочевидь, завдяки певному поліпшенню умов життя і, можливо, за рахунок адаптації населення до соціоекономічних реалій. Водночас, як показують дані таблиці 3, найбільше «матеріалістів» спостерігається серед носіїв низькостатусних позицій, а найменше – серед осіб високого статусу. У цьому плані різниця між зазначеними статусними угрупованнями є статистично значимою. Поряд із тим, при переході від низькостатусних угруповань до високостатусних спостерігається також зростання частки «реалістів». У цілому це ще раз підтверджує, що вказані статусні угруповання мають розбіжні ментальні картини

навколишнього життєвого світу. Що ж до середньостатусних угруповань, то за виміром матеріалістична/постматеріалістична орієнтація вони посідають серединну, помірковану позицію, не суттєво відрізняючись як від низькостатусних, так і від високостатусних угруповань.

Локус контролю. Ще у 50–60-х роках ХХ сторіччя в науковій літературі було висунуто припущення, що люди розрізняються між собою за тим, якою мірою вони схильні вважати, що їхня поведінка, характер взаємодії із зовнішнім середовищем перебувають у межах їхнього контролю. З цього погляду, локус контролю, тобто умовна точка у просторі, в яку індивіди схильні розміщати джерело впливу на власну поведінку і результати власних дій, може сприйматися ними або як внутрішній, або як зовнішній щодо себе.

Індивіди, що характеризуються внутрішнім локусом контролю (*інтерналі*), схильні вважати, що результати їхніх дій, стосунки з іншими людьми визначаються насамперед особливостями їхньої власної поведінки. Натомість індивіди, що характеризуються зовнішнім локусом контролю (*екстерналі*), сприймають характер відносин з іншими людьми, усе, що відбувається з ними, як результат впливу зовнішніх стосовно до них, неконтрольованих чинників.

Під цим кутом зору, встановлення питомої ваги екстерналів та інтерналів серед виокремлених статусних угруповань може бути важливою рисою їхньої субкультурної ментальності. Соціологічні дані 2007 року показують, що екстерналів найбільше серед низькостатусних угруповань (45%). Серед належних до високостатусних і середньостатусних угруповань їх помітно менше (відповідно 29% і 30%). Водночас інтерналів найбільше спостерігається серед тих, хто посідає середньостатусні позиції (39%), і трохи менше серед осіб високого статусу (37%). Ще менше інтерналів спостерігається серед низькостатусних угруповань (32%). Привертає увагу той факт, що серед статусних угруповань є значна частка людей, які вважають, що їхнє життя залежить однаковою мірою як від зовнішніх обставин, так і від власних зусиль. Серед низькостатусних таких було значно менше (22%), ніж серед середньостатусних (31%) і високостатусних угруповань (34%).

Із наведених даних випливає висновок: значна питома вага екстерналів і менша частка інтерналів серед низькостатусних угруповань порівняно з високостатусними і середньостатусними угрупованнями, де виявляється більше інтерналів і менше екстернатів, свідчить про те, що серед низькостатусних угруповань превалює зовнішній, а серед високостатусних і середньостатусних – внутрішній локус контролю.

Пристосування до теперішньої життєвої ситуації. Розподіл серед статусних угруповань тих, хто активно пристосувався до теперішньої життєвої ситуації, і тих, хто не має бажання пристосуватися до неї, зрозуміло, стосується субкультурних особливостей людей. Соціологічні дані 2007 року свідчать про це. Вони показують, що до високостатусних належить суттєво більше тих, хто активно пристосувався до теперішньої життєвої ситуації (32%), ніж серед середньостатусних (18%) і низькостатусних угруповань (8%). Водночас серед носіїв низькостатусних позицій значно більше тих, хто не має бажання пристосовуватися до теперішньої ситуації (47%), ніж у межах середньостатусних (31%) і високостатусних угруповань (21%). Що ж до тих, хто перебуває у пошуку свого місця у теперішній життєвої ситуації, то їхня питома вага є приблизно однаковою у всіх статусних угрупованнях (35%). Таким чином, ті, хто активно пристосувався до теперішньої життєвої ситуації, зосереджуються у високостатусних групах, а ті, хто не мають істотного бажання пристосовуватися до неї, скупчилися переважно у низькостатусних угрупованнях.

Зацікавленість політикою. Соціологічні дані 2007 року свідчать, що тих, хто дуже цікавиться політикою, серед високостатусних угруповань було більше (16%), ніж серед середньостатусних (8%) і низькостатусних угруповань (9%). Серед високостатусних і середньостатусних угруповань було більше тих, хто цікавиться політикою певною мірою (73%), ніж серед низькостатусних угруповань (66%). Водночас серед низькостатусних угруповань спостерігається більше тих, хто політикою зовсім не цікавився (20%), ніж серед середньостатусних (15%) і високостатусних угруповань (9%). Зацікавленість політикою можна розглядати як один із індикаторів *субкультурної відкритості* будь-якого соціального

угруповання щодо зовнішнього середовища. Наведені дані свідчать, що в цьому аспекті найбільшу відкритість демонструють високостатусні угруповання, найменшу – низькостатусні.

Підтримка демократії. Коли громадяни згодні з тим, що ідея демократії є загалом доброю ідеєю за будь-яких часів, тоді дослідник має справу з так званою *дифузною підтримкою демократії*. В тому ж випадку, коли громадяни згодні з тим, що демократія є належною формою правління для їхньої країни, йдеться про *специфічну підтримку демократії*. Соціологічні дані 2006 року показують, що найбільший рівень дифузної і специфічної підтримки демократії в Україні демонструють високостатусні угруповання (за п'ятибальною шкалою цей показник становить відповідно 3,67 і 3,66 балів). Далі слідує низькостатусні угруповання (рівень підтримки тут становить відповідно 3,57 і 3,56 балів). Середньостатусні угруповання показують трохи менший рівень підтримки демократії (відповідно 3,49 і 3,47 балів). Якщо об'єднати вказані види підтримки демократії, то в цілому підтримка демократії з боку високостатусних угруповань становить 54%, з боку низькостатусних – 45%, з боку середньостатусних – 48% опитаних. Отже, субкультура високостатусних угруповань демонструє більшу демократичну налаштованість, ніж у разі низькостатусних і середньостатусних угруповань.

Політико-ідеологічна самоідентифікація. Соціологічні дані 2007 року показують також інші субкультурні особливості вирізнених статусних угруповань. У межах високостатусних угруповань спостерігається більше тих, що самоідентифікують себе в політико-ідеологічному вимірі як «центристи» (21%) і «праві» (20%). Серед тих, хто посідає середньостатусні позиції, таких трохи менше (18% «центристів» і 13% «правих»). Ще менше їх у низькостатусних угрупованнях (13% «центристів» і 15% «правих»). Крім того серед високостатусних угруповань спостерігається менша питома вага «не ідентифікованих» у політико-ідеологічному сенсі (45%), ніж серед середньостатусних (51%) і низькостатусних (54%) угруповань. Щодо питомої ваги «лівих», то найбільше їх спостерігається у низькостатусних

і середньостатусних угрупованнях (в середньому 16%). Трохи менше «лівих» було у високостатусних угрупованнях (13%). Отже, в цілому серед статусних угруповань превалює питома вага «не ідентифікованих» у політико-ідеологічній сфері громадян. І це є загальною субкультурною рисою розглядуваних статусних угруповань. Однак у високостатусних угруповань ця риса виражена слабше, а в низькостатусних – сильніше. До того ж високостатусні угруповання порівняно з середньостатусними і низькостатусними трохи інтенсивніше самоідентифікуються із «центристами» та «правими». Серед низькостатусних і середньостатусних угруповань спостерігається більше тих, хто самоідентифікується із «лівими».

Ставлення до партійного плюралізму. Ця риса може фіксуватися через ставлення вирізаних статусних угруповань щодо багатопартійної системи в Україні. Соціологічні дані 2007 року показують, що серед носіїв високостатусних позицій спостерігається більше прихильників багатопартійної системи у країні (39%), ніж у межах середньостатусних (28%) і низькостатусних (17%) угруповань. Водночас серед високостатусних угруповань спостерігається менше опонентів багатопартійної системи (35%), ніж серед середньостатусних (39%) і низькостатусних (44%). Отже, якщо високостатусні угруповання демонструють приблизно однаковий рівень «за» і «проти» багатопартійної системи в Україні, то ставлення середньостатусних і низькостатусних угруповань у цьому стосунку однозначно не на боці багатопартійної системи.

Ставлення до культурно-політичних запозичень. В опитуванні Інституту соціології НАН України 2007 року респонденти висловлювалися щодо судження «Україні є чого повчитися у Заході в питаннях політичної демократії та ринкової економіки». Серед високостатусних угруповань спостерігається більша питома вага тих, хто погоджується з таким судженням (68%), ніж серед середньостатусних (56%) і низькостатусних (50%). Водночас серед низькостатусних угруповань спостерігається відносно більша частка тих, хто не згодний із зазначеним судженням (14%), ніж серед середньостатусних (12%) і високостатусних (9%) угруповань. Отже, більша субкультурна відкритість осіб із висо-

ким статусом порівняно із середньостатусними і низькостатусними дістає ще одне підтвердження.

Соціально-політична лояльність. Соціологічні дані 2007 року показують, що серед високостатусних угруповань спостерігається більше прихильників капіталізму (18%), ніж серед середньостатусних (10%) і низькостатусних (4%) угруповань. Водночас серед носіїв низькостатусних позицій спостерігається більше прихильників соціалізму (26%), ніж серед осіб середнього (20%) і високого статусу (15%). З іншого боку, соціологічні дані свідчать про приблизно однакову питому вагу (серед усіх статусних угруповань) тих, хто підтримує як прихильників капіталізму, так і прихильників соціалізму (в середньому 23%). Водночас серед тих, хто посідає низькостатусні та середньостатусні позиції, спостерігається більше таких, хто не підтримує жодних прихильників політико-ідеологічних течій (у середньому 26%). Серед високостатусних угруповань таких виявилось 18%. Отже, серед високостатусних угруповань спостерігається вища за рівнем лояльність щодо капіталізму, ніж серед інших статусних угруповань. І навпаки, низькостатусні угруповання демонструють вищу за рівнем лояльність щодо соціалізму, ніж серед інших статусних угруповань.

Раціональна ментальність. Соціологічні дані 2007 року свідчать, що серед високостатусних угруповань спостерігається більше тих, хто завжди розробляє план дій, щоб досягнути поставленої мети (56%), ніж серед середньостатусних (40%) і низькостатусних угруповань (23%). Водночас серед носіїв низькостатусних позицій спостерігається значно більша питома вага тих, хто нічого заздалегідь не планує (63%), ніж серед осіб середнього (49%) і високого статусу (36%). Це означає, що ментальність високостатусних угруповань має (порівняно із середньостатусними і низькостатусними угрупованнями) відносно вищий рівень раціональності. Своєю чергою, ментальність середньостатусних угруповань переважає за рівнем раціональності ментальність низькостатусних угруповань.

Комп'ютерно-інтернетівська ангажованість. Згідно з даними 2007 року, серед високостатусних угруповань спостерігається більша питома вага користувачів комп'юте-

рів та Інтернету (в середньому 47%), ніж у межах середньо-статусних (у середньому 38%) і низькостатусних (9%). Цей розподіл ще раз підтверджує більшу відкритість і культурну компетентність носіїв високого статусу порівняно з іншими статусними угрупованнями. Своєю чергою, рівень комп'ютерно-інтернетівської ангажованості осіб середнього статусу переважає відповідний рівень представників низькостатусних угруповань.

Рівень культурних практик. Соціологічні дані 2006 року показують, що 60% зафіксованих культурних практик високостатусних угруповань мають рівень, вищий за середній за вибіркою; 35% культурних практик цих угруповань перебувають на середньому за вибіркою рівні й тільки 5% культурних практик посідають нижчий за середній за вибіркою рівень. Водночас серед носіїв середнього статусу вищий за середній за вибіркою рівень мають 45% зафіксованих культурних практик; 35% культурних практик перебувають на середньому рівні за вибіркою; 20% – на нижчому за середній. Що стосується низькостатусних угруповань, то тут тільки 10% зафіксованих культурних практик мають рівень вищий за середній за вибіркою; 20% перебувають на середньому рівні за вибіркою; 70% – на нижчому, ніж середній за вибіркою рівні. Це означає, що субкультурною особливістю високостатусних угруповань є відносно змістовний (насичений) рівень їхніх культурних практик. Що ж до середньостатусних і особливо низькостатусних угруповань, то їхній рівень культурних практик є порівняно бідним. І це сьогодні, мабуть, відповідає не тільки ресурсам і можливостям зазначених статусних угруповань, а й також їхній субкультурній ментальності.

Висновки. Здійснений аналіз дає підстави зробити певні узагальнення.

1. Виокремлені статусні угруповання сучасного українського соціуму розрізняються не тільки за матеріальними, владними, освітніми та професійними ресурсами й можливостями, а й саме як субкультурні групи, що характеризуються культурно-своєрідними стилями групового життя. На це вказують, зокрема, встановлені відмінності між куль-

турно-ментальними рисами і практиками високостатусних, середньостатусних і низькостатусних угруповань.

2. Загалом за низкою показників – таких, як ціннісна ментальність, матеріалістична/постматеріалістична орієнтація, локус контролю, пристосування до нинішнього життя, зацікавленість політикою, підтримка демократії, політико-ідеологічна самоідентифікація, ставлення до партійного плюралізму, ставлення до політико-культурних запозичень, соціально-політична лояльність, раціональна ментальність, комп'ютерно-інтернетівська ангажованість, рівень культурних практик – високостатусні угруповання демонструють в 64% випадках перевагу на свою користь. Своєю чергою, середньостатусні угруповання у 71% випадків показують серединну позицію. І нарешті, низькостатусні угруповання у 68% випадках мають найнижчі значення за цими показниками. Це означає, що високостатусні та низькостатусні угруповання сучасного українського соціуму є не тільки його, відповідно, інсайдерами та аутсайдерами, а й особливими субкультурними групами, які різняться між собою за багатьма культурно-ментальними позиціями. Водночас середньостатусні угруповання як субкультурна група посідають переважно серединне становище за цими показниками.

3. Упродовж тривалого часу відбувається відтворення вказаних субкультурних рис неоднакової інтенсивності, різних за змістом і спрямованістю, а це сприяє формуванню не тільки культурно-своєрідних стилів групового життя, а й утворенню субкультурних дистанцій і кордонів між статусними угрупованнями, особливо між високостатусними і низькостатусними. Зокрема, це стосується протилежних прихильностей до соціально-політичних устроїв, відмінностей щодо політико-ідеологічної самоідентифікації, пристосування до сьогоденного життя, ставлення до партійного плюралізму, підтримки демократії тощо. Певна девальвація такого роду дистанцій, меж і суперечностей між статусними угрупованнями, вочевидь, можлива на підставі політики акомодатії відмінностей, зорієнтованої на встановлення необхідного мінімуму згоди між соціальними групами щодо фундаментальних цінностей сучасного українського суспільства.

2.2. Ціннісні пріоритети та культурні практики вікових груп

Формування і реалізація соціальності людини завжди пов'язані з певними конкретними угрупованнями: родиною, колом друзів, територіальною спільнотою, професійною групою тощо. Своєю чергою, кожному конкретному угрупованню притаманні, як правило, власні (специфічні) цінності, норми, традиції, майже легенди, міфи, нерідко – мова або мовний сленг. Отже, кожне конкретне соціальне угруповання може характеризуватися особливими культурними рисами. Звідси цілісна культура будь-якого сучасного соціуму виступає не монолітною єдністю, а багатоманітним культурним утворенням.

У сучасному суспільстві особливо помітні статеві, вікові, етнічні, територіальні, релігійні, професійні, політико-ідеологічні, культурно-дозвілєві угруповання. На їх підставі виникають, функціонують і розвиваються *групові субкультури*. Життєвий досвід показує, що люди, які належать до тих чи тих групових субкультур, відчувають себе більш комфортно саме у своєму субкультурному середовищі. Зрозуміло, групові субкультури в сучасному українському соціумі вирізняються своїми особливостями (ментальними, стильовими, поведінковими, регіональними, етнічними та ін.) щодо загальної (базової, домінантної) культури. Але вони також репрезентують і певні відмінності між собою (різні традиції, звичаї, стереотипи, моделі культурного споживання тощо).

У цьому контексті особливий інтерес викликають вікові угруповання соціуму. Далі на підставі емпіричних даних, отриманих Інститутом соціології НАН України в репрезентативних опитуваннях населення країни (*Українське суспільство*, 2009), буде здійснено спробу встановити ознаки

субкультурної своєрідності певних вікових угруповань. На наш погляд, порівняльний аналіз ціннісних пріоритетів вікових угруповань, а також їхніх культурних преференцій і практик надає таку можливість.

Ціннісні пріоритети різних вікових угруповань

Для з'ясування схожості та відмінності у ціннісних пріоритетах різних вікових угруповань використовуються дані соціологічних опитувань Інституту соціології НАН України за 2009 рік. На підставі цих даних було виділено три вікові угруповання: *молодша вікова група* (респонденти віком 18–30 років, $n = 370$), *середня вікова група* (респонденти віком 31–54 років, $n = 914$), *старша вікова група* (респонденти віком 55 років і більше, $n = 516$). Неважко помітити, що формативні роки молодшої вікової когорти припадають на часи так званої перебудови колишнього СРСР і майже два десятиліття незалежної Української держави (80–90-ті роки ХХ і перша декада ХХІ сторіччя); у разі середньої вікової групи – на «хрущовсько-брежневську» добу (50–80-ті роки ХХ сторіччя); у разі старшої – на суворі «сталінські» часи (30–50-ті роки ХХ сторіччя). Ця обставина, згідно з принциповими положеннями сучасної соціологічної теорії цінностей, має суттєве значення, бо вважається, що ціннісні орієнтації будь-яких вікових угруповань завжди просякнуті «духом» їхніх формативних років.

У соціологічному інструментарії респондентам було пропонувано оцінити важливість особисто для себе 20 складових людського життя (їхнього стану, можливостей, ресурсів) у сучасному українському соціумі за 5-бальною шкалою, де 1 бал означає «зовсім не важливо», 2 бали – «радіше не важливо», 3 бали – «важко сказати, важливо чи ні», 4 бали – «радіше важливо», 5 балів – «дуже важливо». Нижче (табл. 1) наводиться список складових людського життя в нашому соціумі та встановлений ієрархічний порядок їх (за мірою важливості) для кожної із зазначених вікових груп.

Таблиця 1

Ціннісні пріоритети вікових угруповань населення України, 2009
(середньозважені бали за п'ятибальною шкалою)

Складові людського життя	Вікові групи		
	Молодша вікова група	Середня вікова група	Старша вікова група
Міцне здоров'я	4,84	4,85	4,84
Міцна сім'я	4,84*	4,83	4,77*
Матеріальний добробут	4,69*	4,68	4,61*
Цікава робота	4,61**	4,47	3,21**
Благополуччя дітей	4,47**	4,81	4,77**
Суспільне визнання (повага з боку друзів, колег, співгромадян)	4,32**	4,22	3,98**
Створення в суспільстві рівних можливостей для всіх	4,23	4,27	4,17
Сприятливий морально-психологічний стан у суспільстві	4,16	4,20	4,06
Підвищення освітнього рівня (інтелектуальний розвиток)	4,14**	3,83	3,13**
Незалежність у справах, судженнях, вчинках	3,92**	3,95	3,62**
Розширення культурного кругозору, прилучення до культурних цінностей	3,77**	3,64	3,29**
Можливість підприємницької ініціативи (створення приватних підприємств, заняття бізнесом, фермерство)	3,77**	3,37	2,70**
Державна незалежність країни	3,75**	3,66	3,48**
Демократичний розвиток країни	3,70*	3,71	3,56*
Національно-культурне відродження	3,67**	3,63	3,39**
Можливість висловлювати думки з політичних та інших питань, не побоюючись за особисту свободу	3,59	3,61	3,48
Відсутність значного соціального розшарування (багаті – бідні, вищі – нижчі верстви суспільства)	3,51*	3,58	3,72*
Можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур	3,25	3,41	3,27
Участь у релігійному житті (регулярне відвідування церкви, богослужінь, дотримання обрядів тощо)	2,82	2,89	2,96
Участь у діяльності політичних партій і громадських організацій	2,45	2,50	2,38

* Статистично значущі відмінності середньозважених балів фіксуються за рядками між молодшою і старшою віковими групами (* – на рівні 5%; ** – на рівні 1%).

Розгляньмо питання схожості й відмінності у ціннісних пріоритетах передусім крайніх вікових угруповань. Соціологічні дані (табл.1) показують, що між молодшою і старшою віковими групами схожість спостерігається у ціннісних пріоритетах за 7-ма життєвими позиціями (*«міцне здоров'я», «створення в суспільстві рівних можливостей для всіх», «сприятливий морально-психологічний стан у суспільстві», «можливість висловлювати думки з політичних та інших питань, не побоюючись за особисту свободу», «можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур», «участь у релігійному житті», «участь у діяльності політичних партій і громадських організацій»*).

За критерієм Стьюдента, між значеннями (середньозваженими балами) вказаних ціннісних пріоритетів молодшої і старшої вікових груп немає статистично суттєвих відмінностей. Щодо інших 13 життєвих позицій фіксуються статистично значимі відмінності. За такими позиціями, як *«міцна сім'я», «матеріальний добробут», «цікава робота», «суспільне визнання», «підвищення освітнього рівня», «незалежність у справах, судженнях і вчинках», «розширення культурного кругозору, прилучення до культурних цінностей», «можливість підприємницької ініціативи (створення приватних підприємств, заняття бізнесом, фермерство)», «державна незалежність країни», «демократичний розвиток країни», «національно-культурне відродження»,* рівень ціннісних пріоритетів молодшої вікової групи статистично значимо переважає рівень відповідних ціннісних пріоритетів старшої вікової групи. Водночас за двома життєвими позиціями (*«благополуччя дітей», «відсутність значного соціального розшарування»*) рівень ціннісних пріоритетів старшої вікової групи статистично значимо переважає рівень відповідних пріоритетів молодшої вікової групи.

Своєю чергою, між молодшою і середньою віковими групами схожість у ціннісних пріоритетах спостерігається за 14-ма життєвими позиціями. Статистично значимі відмінності фіксуються між ними тільки за 6-ма позиціями (*«можливість підприємницької ініціативи», «підвищення освітнього рівня», «розширення культурного кругозору», «цікава робота», «благополуччя дітей», «можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур»*). При цьому рівень важливості перших 4 життєвих позицій вищий у молодшій віковій групі, а 2 останніх – у середній.

Між середньою і старшою віковими групами схожість (за значеннями) ціннісних пріоритетів спостерігається лише за 4-ма життєвими позиціями («*благополуччя дітей*», «*міцне здоров'я*», «*участь у діяльності політичних партій і громадських організацій*», «*участь у релігійному житті*»). Натомість статистично значимі відмінності між ними фіксуються за іншими 14-ма позиціями (див. табл.1). Із них тільки в одному випадку, а саме стосовно такої егалітарної цінності, як «*відсутність значного соціального розшарування*», рівень показників у старшій віковій групі переважає відповідний рівень у середньої вікової групи.

Ієрархія ціннісних синдромів у вікових групах

Тепер на підставі наведеного списку складників людського життя вирізимо кілька *синдромів* відносно однорідних цінностей. Таких синдромів п'ять (див. табл. 2). Перший із них (*вітальний*) охоплює *вітальні цінності* («*міцне здоров'я*», «*міцна сім'я*», «*благополуччя дітей*», «*матеріальний добробут*»). Рівень важливості цього синдрому є найвищим у всіх вікових груп. І це можна пояснити насамперед недостатнім задоволенням потреб виживання різних вікових угруповань (див. також: *Паніна, 2001: 14*). Перші рангові місця вітального синдрому цінностей у всіх вікових групах свідчать, крім того, про те, що він не специфікує субкультурну ментальність цих вікових угруповань.

Другий синдром (соціальний) охоплює *соціальні цінності* («*створення в суспільстві рівних можливостей для всіх*», «*сприятливий морально-психологічний стан у суспільстві*», «*відсутність значного соціального розшарування*»).

Таблиця 2

Розподіл ціннісних синдромів залежно від вікових угруповань, 2009
(агреговані середньозважені бали, ранги)

Ціннісні синдроми	Молодша вікова група	Середня вікова група	Старша вікова група
Вітальний	4,71 (1)	4,79 (1)	4,75 (1)
Самореалізаційний	4,15 (2)	4,02 (2–3)	3,45 (3)
Соціальний	3,97 (3)	4,02 (2–3)	3,98 (2)
Політико-громадянський	3,42 (4)	3,38 (4)	3,15 (4–5)
Традиціоналістський	3,25 (5)	3,26 (5)	3,18 (4–5)

У ментальності виокремлених вікових груп даний ціннісний синдром посідає друге-третє рангове місце (середня вікова група), чисте друге рангове місце (старша вікова група) і чисте третє рангове місце (молодша вікова група). Отже, люди старшого і середнього віку найбільше стурбовані щодо соціальних передумов реалізації вітальних цінностей. Молодь теж не байдужа до соціальних цінностей, які в цілому не тільки становлять інструментальне підґрунтя реалізації вітальних цінностей, але й важливі для людей будь-якого віку самі по собі. Виходячи з агрегованих середньозважених індексів соціального синдрому, можна стверджувати, що він також не специфікує субкультурну ментальність різних вікових угруповань.

Третій синдром (*самореалізаційний*) охоплює *самореалізаційні цінності* («цікава робота», «суспільне визнання», «підвищення освітнього рівня», «розширення культурного кругозору, залучення до культурних цінностей», «незалежність у справах, судженнях, вчинках»). Дані таблиці 2 показують, що цей синдром цінностей займає в ментальності молодшої вікової групи друге рангове місце. Він статистично переважає за рівнем важливості цей синдром у ментальності середньої вікової групи, а тим паче – старшої. Отже, самореалізаційний синдром достатньо значимо специфікує ціннісну ментальність різних угруповань (див. також: *Инглехарт, 1999*). За рівнем важливості даний синдром має найвищий агрегований індекс саме у молодшій віковій групі, другий за рівнем індекс – у середній віковій групі, третій – у старшій віковій групі. Цікаво, що така цінність, як «цікава робота», може бути, за своїм індивідуальним середньозваженим індексом (4,61), віднесена до домінантних цінностей молодшої вікової групи. Проте ця обставина не узгоджується з відомим положенням концепції ієрархії потреб А.Маслоу про те, що вищі потреби актуалізуються після задоволення потреб виживання. В нашому випадку високий ранг цінності «цікава робота» серед респондентів молодшої вікової групи зумовлений радше особливостями сьогоденної молодіжної субкультури, яка розглядає «цікаву роботу» як одну з найпривабливіших цінностей, пов'язаних із самореалізацією особистості. Тому цей момент

не може бути ототожненим зі станом безпосереднього задоволення потреб виживання або реалізації вітальних цінностей.

Четвертий синдром (*політико-громадянський*) охоплює політико-громадянські цінності («державна незалежність країни», «можливість висловлювати думки з політичних та інших питань, не побоюючись за особисту свободу», «можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур», «демократичний розвиток країни», «можливість підприємницької ініціативи (створення приватних підприємств, заняття бізнесом, фермерство)», «участь у діяльності політичних партій і громадських організацій»). У ментальності молодшої і середньої вікових груп цей синдром посідає однакове рангове місце (4-те). За критерієм Стьюдента, між агрегованими середньозваженими індексами політико-громадянського синдрому цінностей у ментальності молодшої і середньої вікових груп немає статистично значимих відмінностей. Натомість вони фіксуються між молодшою і старшою віковими групами. Отже, політико-громадянський синдром специфікує ціннісну ментальність вікових груп таким чином: він не диференціює в цьому плані молодшу і середню вікові групи, а суттєво відрізняє їх обох від старшої вікової групи. Це означає, що політико-громадянські цінності ліберально-демократичного штибу краще сприймаються в субкультурних середовищах людей молодшого і середнього віку, ніж серед людей старшого віку.

П'ятий синдром (*традиціоналістський*) охоплює дві цінності («національно-культурне відродження», «участь у релігійному житті»). Згідно з критерієм Стьюдента, агреговані середньозважені індекси показують тут однаковість (схожість) рівнів важливості даного синдрому в усіх вікових групах. Правда, якщо в ментальності молодшої та середньої вікових груп він посідає чисте п'яте рангове місце, то в ментальності старшої вікової групи зазначений синдром поділяє четверте-п'яте місце разом із політико-громадянським синдромом цінностей. Водночас у ціннісній ментальності старшої вікової групи спостерігається відносно вища значимість «участі в релігійному житті» і відносно нижча значимість «національно-культурного відродження», що врівно-

важується відносно нижчим рівнем важливості «участі в релігійному житті» і відносно вищим рівнем важливості «національно-культурного відродження» в ментальності молодшої і середньої вікових груп.

У цілому здійснений порівняльний аналіз ціннісних пріоритетів вікових груп сучасного українського соціуму дає підстави сформулювати такі узагальнювальні висновки:

(1) рівні ціннісних пріоритетів респондентів варіюють згідно з їхніми віковими розмежуваннями. При цьому, якщо прийняти список із 20-ти життєвих позицій за 100%, відмінності між ціннісними пріоритетами молодшої та середньої груп, з одного боку, і ціннісними пріоритетами старшої групи – з іншого боку, становлять 60–80%. Водночас відповідний розрив значень ціннісних пріоритетів між молодшою і середньою віковими групами становить лише 30%. Це означає, що у зіставленні зі старшою віковою групою за ціннісною ментальністю молодша та середня вікові групи є більш схожими, менш диференційованими. Цей факт, на наш погляд, переконливо свідчить про існування ціннісно-ментальних ознак субкультурної своєрідності вікових угруповань населення країни;

(2) різні синдроми однорідних цінностей мають для вирізаних вікових угруповань як однакову, так і різну важливість (значущість). Якщо вітальний, соціальний і традиціоналістський синдром цінностей практично не специфікують ментальність різних вікових груп, то політико-громадянський синдром цінностей достатньо значимо диференціює в цій площині молодшу та середню вікові групи, з одного боку, і старшу вікову групу – з іншого. Таким чином, одні ціннісні синдроми не специфікують ментальність вікових груп, не артикують їхню субкультурну своєрідність; інші ціннісні синдроми, навпаки, демонструють ознаки вікових субкультур. Особливо це стосується самореалізаційного синдрому цінностей, який статистично значимо артикулює субкультурні ознаки кожної вікової групи окремо. З урахуванням агрегованих середньозважених індексів (див. табл.2) він має найвищий рівень у молодшій віковій групі, другий – у середній віковій групі, третій – у старшій віковій групі.

Вікова динаміка культурних преференцій і практик

Субкультури – це не тільки згустки певних ментальностей, це також зовнішні форми їх прояву. В цьому сенсі суттєве значення мають *культурні преференції* – інтелектуальні, прагматичні, релігійні, художні, рекреаційно-розважальні тощо – та реалізація їх у *практиках*. Справа тут полягає в тому, що носії тих чи тих культурних практик не тільки виражають безпосередньо через них свою індивідуальність, а й маніфестують опосередковано свою належність до тої чи тої субкультури.

Культурно-дозвіллеві преференції різних вікових угруповань

За даними опитувань Інституту соціології 2003 і 2007 років, культурно-дозвіллеві преференції опитуваних переважно не зазнали змін (див. докл.: Ручка, Скокова, 2008). Потенційно приваблюють респондентів такі заняття, як перегляд телепередач (30% у 2003 році і 25% у 2007-му), читання белетристики (28% і 24% відповідно), відвідування кіно-театрів (25% і 27%), прослуховування народних пісень (20% і 16%), відвідування театрів (19% і 17%), кінотеатрів (16% і 15%), художніх виставок та галерей (13% і 12%), прослуховування сучасних пісень, рок-музики (12% і 12%), дотримання релігійних норм (12% і 12%), відвідування будинків культури, дискотек, вечорів відпочинку (10% і 7%), нічних клубів, казино та ресторанів (8% і 7%), аматорство (11% і 8%), прослуховування класичної музики (7% і 8%), відвідування Інтернет-кафе (5% і 3%), участь у заходах національно-культурних центрів (3% і 3%), участь у художній самодіяльності (1% і 3%). Разом із тим слід зазначити, що бажання частіше читати газети, часописи виявили менше опитуваних: 22% у 2007-му і 34% у 2003 році; натомість частка охочих частіше переглядати відеофільми зросла вдвічі – з 10% до 20%. Зросла і частка тих, хто волів би насамперед відпочивати, нічого не роблячи: з 30% до 38%.

У 2007 році опитування передбачало розширений перелік видів культурно-дозвіллевих занять, серед яких можна було обрати бажані (табл.3). Спілкування з рідними, дітьми є важливим пріоритетом для опитуваних. Респонденти стар-

ші за 30 років більше поцінують цю можливість (60%) порівняно з молодшою віковою групою (39%). Натомість саме для представників останньої важливішим є спілкування з колегами, друзями (51%), тоді як із підвищенням віку бажаність/можливість соціальних контактів зменшується: 31–54 років – 43%, 55 років і старші – 37%. Подорожувати, відвідувати нові місця хотіли б 41% опитуваних, передовсім молодшого (52%) і середнього віку (47%).

Пасивні види домашнього відпочинку (відпочивати, нічого не роблячи або переглядати телепередачі) обирають представники всіх вікових угруповань. Бажання відвідувати концерти і кінотеатри, будинки культури, дискотеки, вечори відпочинку, слухати сучасну музику, переглядати відеофільми, відвідувати Інтернет-кафе знижується з віком. Ці заняття приваблюють першою чергою респондентів молодого, а також середнього віку. Молодь дещо частіше обирає й такі заняття, як участь у заходах національно-культурних центрів, участь у художній самодіяльності, фольклорних і танцювальних ансамблях тощо.

Театри, художні виставки, картинні галереї дещо частіше обирають представники середньої вікової групи, хоча в цьому випадку відіграє свою роль обсяг культурного капіталу (насамперед рівень освіти). Це стосується і уподобань щодо класичної музики. Кількість її прихильників серед усіх вікових груп однакова. Респонденти старшого віку виказують прихильність до традиційної культури, саме серед них найвища частка охочих слухати народні пісні (28% порівняно із 16% серед загалу), вони ж вище поцінують релігійні аспекти життя (14%).

Бажання частіше ходити до кав'ярні, бару, піцерії і т.ін., що теж передбачає можливість спілкування, виказали 23% молоді, 11% респондентів середнього віку і лише 4% – старшого віку. Важке фінансове становище, погіршення здоров'я, відсутність доступних закладів, які могли б відвідувати люди похилого віку, часто призводить до ситуації соціальної ізоляції представників цієї групи, що додатково погіршує їхню життєву ситуацію (див. також: *Ануфрієва, 2008*).

Молодь, що й не дивно, надає перевагу активним видам відпочинку. Хотіли б приділяти більше часу підтриманню

належної фізичної форми (гімнастика, біг, тренажери, йога, фітнес, плавання тощо) 45% молодих людей, 30% – середнього віку, 12% – старшого віку. Не останнє значення має і мода, реклама, популяризація засобами мас-медіа певних видів відпочинку, вирізнення їх саме як молодіжних/престижних тощо (див. докл.: *Скокова, 2008*). Так, займатися активними, екстремальними видами відпочинку (туризм, стрибки з парашутом, дайвінг тощо) бажали б 21% опитуваних 18–30 років (за вибіркою – 9%); частіше кататися на роликах, велосипеді, ходити на каток, у боулінг тощо хотіли б 13% респондентів цієї вікової групи (5% серед загалу). Відвідування занять, курсів (танців, іноземної мови, дизайну тощо) приваблює 23% з молодшої вікової групи, 10% – середнього віку і 3% – старшого віку. Частіше ходити по магазинах, займатися шопінгом теж воліли б передусім молоді люди (18%) порівняно з особами середнього (10%) і старшого віку (5%).

Таблиця 3

Вікові диференціації культурно-дозвіллевих преференцій, 2007 (%)

Культурно-дозвіллеві преференції	За вибіркою	Вікові групи		
		Молодша вікова група	Середня вікова група	Старша вікова група
Частіше спілкуватися з рідними, дітьми	54,8	38,5	59,2	61,0
Частіше спілкуватися з друзями, колегами	42,9	50,6	43,2	36,8
Подорожувати, відвідувати нові місця	40,8	52,4	47,3	23,1
Більше відпочивати, нічого не роблячи	37,9	36,4	35,9	41,8
Більше гуляти, дихати свіжим повітрям	33,3	45,0	46,5	48,4
Приділяти більше часу підтриманню належної фізичної форми (гімнастика, біг, тренажери, йога, фітнес, плавання тощо)	27,9	45,0	30,5	11,7
Частіше відвідувати концерти	26,6	34,3	29,6	16,6
Більше дивитися телепередачі	25,4	23,9	26,5	25,0
Більше часу приділити оформленню помешкання, розведенню квітів тощо	25,1	19,0	31,6	20,6
Частіше читати художню літературу	24,4	22,7	29,5	18,8
Частіше читати газети, часописи	22,3	18,6	22,8	24,5
Більше часу приділяти піклуванню про зовнішність (косметичні процедури, масаж, сауна тощо)	22,3	30,9	27,0	9,7
Частіше переглядати відеофільми	20,2	36,0	22,0	6,0

Продовження таблиці 3

Культурно-дозвіллієві преференції	За вибіркою	Вікові групи		
		Молодша вікова група	Середня вікова група	Старша вікова група
Частіше бувати у театрі	16,9	13,9	20,5	14,2
Частіше слухати народні пісні	15,9	4,2	13,7	27,6
Частіше бувати в кінотеатрі	15,3	26,0	15,3	7,4
Частіше слухати сучасні пісні, рок-музику	12,1	26,2	9,9	4,7
Частіше відвідувати спортивні видовища	11,8	19,5	12,4	5,4
Більше уваги приділяти релігійному життю, жити відповідно до релігійних норм	11,7	7,9	11,8	14,3
Частіше відвідувати художні виставки, картинні галереї	11,6	10,2	13,8	9,7
Частіше ходити до кав'ярні, бару, піцерії тощо	11,5	23,0	11,1	3,5
Відвідувати курси (танців, іноземної мови, дизайну тощо)	10,6	23,0	9,5	2,9
Частіше ходити по магазинах, займатися шопінгом	10,5	18,1	10,1	5,4
Більше часу приділяти піклуванню про домашніх тварин	10,5	7,7	11,6	11,1
Більше займатися активними, екстремальними видами відпочинку (туризм, стрибки з парашутом, дайвінг тощо)	8,7	20,6	7,1	1,9
Частіше слухати класичну музику	8,4	8,1	9,1	7,8
Більше часу приділяти аматорству (карбування, ліпка, рукоділля)	8,1	10,4	8,9	5,4
Частіше відвідувати будинки культури, дискотеки, вечори відпочинку	7,2	17,6	5,6	1,7
Частіше відвідувати нічні клуби, казино, ресторани	6,6	20,6	3,4	0,5
Більше допомагати іншим (волонтерська робота, турбота про довкілля, доброчинність)	5,7	5,3	5,8	5,9
Частіше кататися на роликах, велосипеді, ходити на каток, в боулінг тощо	5,2	12,8	4,7	0,3
Частіше брати участь у заходах національно-культурних центрів	3,4	4,9	3,7	2,1
Більше часу приділяти участі у художній самодіяльності, фольклорних і танцювальних ансамблях тощо	2,9	4,6	2,7	1,9
Частіше відвідувати Інтернет-кафе, комп'ютерні класи	2,6	8,1	1,4	0,2

Бажання більше часу приділяти піклуванню про свою зовнішність (косметичні процедури, масаж, сауна тощо) є характерніші для респондентів допенсійного віку (27–31%), тоді як серед опитуваних після 55 років лише 10% відзначили цей вид занять. Допомога іншим (волонтерська робота, турбота про довкілля, доброчинність) приваблює 6% опитуваних незалежно від віку.

Структура культурно-дозвілєвих практик вікових угруповань

У структурі культурно-дозвілєвих занять представників усіх вікових груп, за даними моніторингу Інституту соціології 2008 року, домінують домашні, приватні взірці проведення дозвілля, а саме: перегляд телепередач (87%), читання газет (58%), відпочинок без будь-яких занять (42%), прослуховування радіопередач (39%), прослуховування музики (28%), читання художньої літератури (26%) – табл. 4. Також важливими є домашні види спілкування і відпочинку: перебування і приймання гостей (по 38%), заняття з дітьми (28%). У вільний час 18% опитуваних використовують комп'ютер, 13% – переглядають відеофільми, 9% – вивчають літературу за спеціальністю. Серед названих занять молоді люди набагато частіше слухають музику (53% порівняно із 28% групи середнього віку і 11% – старшого віку), займаються з комп'ютером (38%; 18%; 5% відповідно), переглядають відеофільми (25%; 13%; 4% відповідно), вивчають літературу за спеціальністю (14%; 10%; 4,5% відповідно). З віком знижується активність щодо гостювання і приймання гостей, натомість частка читачів газет зростає.

Участь в активних видах культурно-дозвілєвих занять характерніша для молодшої і середньої вікових груп. Так, ранковою гімнастикою і фізкультурою займаються 18% респондентів молодого віку, 14% – середнього віку і 10% – старшого віку; бігом і оздоровчими прогулянками – відповідно 10%, 5% і 3%; відпочивають на природі – відповідно 24%, 17% і 10%; грають у настільні ігри 12% опитуваних молодого віку, 8% – середнього віку і 5% – старшого віку.

Таблиця 4

Вікові відмінності культурно-дозвілєвих практик*, 2008, %

<i>Види культурно-дозвілєвих практик</i>	<i>Вікові групи</i>			
	<i>За вибіркою</i>	<i>Молодша вікова група</i>	<i>Середня вікова група</i>	<i>Старша вікова група</i>
<i>Домашні види культурно-дозвілєвих практик</i>				
Перегляд телепередач	86,6	84,7	88,3	85,2
Читання газет	57,6	45,1	59,1	64,3
Прослуховування радіопередач	38,6	38,3	37,3	41,2
Читання художньої літератури	25,9	23,8	27,1	25,4
Вивчення літератури за спеціальністю	9,1	13,5	10,1	4,3
Прослуховування музики	28,2	53,4	27,7	10,7
Перегляд фільмів по відеомагнітофону	12,5	24,6	12,5	3,8
Заняття з комп'ютером	18,4	37,8	18,1	4,9
<i>Активні види культурно-дозвілєвих практик</i>				
Ранкова гімнастика і фізкультура	13,8	18,1	13,9	10,3
Біг, оздоровчі прогулянки	5,5	10,1	5,0	3,0
Настільні ігри (шахи, шашки, карти, доміно)	8,0	11,7	8,4	4,7
Прикладна творчість (рукоділля, різьблення тощо)	4,5	3,9	4,9	4,3
Художня творчість	2,3	5,2	2,0	0,8
Рационалізаторство, конструювання	0,7	1,3	0,5	0,6
Колекціонування, фотографування	2,6	6,2	2,3	0,6
<i>Домашні та відпочинку</i>				
Відпочинок без будь-яких занять	41,8	42,0	41,4	42,1
Перебування в гостях	38,3	51,0	37,0	31,0
Приймання гостей	37,6	44,8	38,1	31,8
Заняття з дітьми	27,5	32,6	34,9	11,7
<i>Публічні види культурно-дозвілєвих практик</i>				
Відвідування церкви	17,6	9,8	16,9	24,4
Відвідування кінотеатру	3,4	9,1	2,4	0,9
Відвідування бібліотеки	4,7	8,3	4,1	3,0
Відвідування плавального басейну, спортзалу, стадіону для занять спортом	3,4	7,3	3,2	1,1
Відвідування спортивних видовищ	2,9	6,0	2,6	1,3
Відвідування театрів, концертів, музеїв, виставок	3,6	4,4	3,6	2,8

*Участь в культурно-дозвілєвих практиках фіксувалася за останній тиждень перед опитуванням.

Продовження таблиці 4

Види культурно-дозвіллевих практик	Вікові групи			
	За вибіркою	Молодша вікова група	Середня вікова група	Старша вікова група
Відвідування гуртків, курсів, студій	1,0	2,8	0,7	0,2
Громадська робота	5,1	3,1	6,2	4,7
Участь у художній самодіяльності	0,5	1,3	0,1	0,6
Відвідування клубів, дискотек	4,1	14,0	2,0	0,2
<i>Публічні види спілкування та проведення дозвілля</i>				
Відпочинок на природі	16,0	23,6	16,5	9,8
Відвідування ресторану, кав'ярні, пивбару	4,7	13,2	3,4	0,6
Екскурсійна подорож	2,1	3,1	2,4	0,8
Рибальство, мисливство	5,3	4,7	6,1	4,5
Відвідування непродуктових магазинів та ринків	27,6	31,6	31,0	19,0

Публічні форми участі у культурі і проведення дозвілля в цілому є більш характерними для молодшої, а також середньої вікових груп. Винятком є відвідування церкви, куди частіше ходять люди похилого віку (24%) порівняно із групою середнього (17%) і молодого віку (10%). Популярним заняттям для людей молодого і середнього віку є відвідування непродуктових магазинів (по 31%), натомість в групі старшого віку ця частка знижується до 19%. Молодь набагато частіше відвідує розважальні заклади і видовища: клуби і дискотеки (14%), ресторани, кав'ярні (13%), спортивні видовища (6%), плавальні басейни, спортзали (7%). Також серед молоді вища активність у відвідуванні впродовж тижня деяких закладів культури – кінотеатри (9%), бібліотеки (8%).

Дозвіллеві субкультури: кластерний аналіз

Проведення кластерного аналізу культурних преференцій і практик (за даними омнібусу Інституту соціології 2007 року) дало змогу вирізнити бажані взірці проведення дозвілля та реалізованість цих взірців у культурних практиках різних вікових груп.

Перший, найпоширеніший серед опитуваних взірць можна назвати *комунікативно-рекреативним із низьким рівнем активності* (54%). Основні заняття, яким віддає перевагу кожен другий із респондентів – спілкуватися з рідними, дітьми (0,44)¹; відпочивати, нічого не роблячи (0,41); більше гуляти, дихати свіжим повітрям (0,31); спілкуватися з друзями, колегами (0,25). У групі старшого віку такі преференції демонструють 68%, середнього – 50%, молодого – 43%. Це найпоширеніша модель «бажаного» дозвілля (мабуть, можна назвати її «вимушено-бажаною») для всіх вікових груп, хоча молодша і середня вікові групи представлені тут менше порівняно із старшою віковою групою (табл.5).

Якщо говорити про практики, то кожен третій серед опитуваних (34%) саме так і проводить своє дозвілля (у старшій віковій групі таких 49%, у середній – 29%, у молодшій – 22%). Вільний час витрачається безпосередньо на відпочинок, перегляд ТВ, прослуховування радіо, інколи – читання газет, спілкування з гостями. Отже, говорити про значущість дозвілля в життєдіяльності, сформованість певного взірця дозвіллевої субкультури в цьому випадку важко.

Другий взірць бажаного дозвілля можна назвати *комунікативно-рекреативним із високим рівнем активності* (19%). Його носії хотіли б частіше спілкуватися з рідними, дітьми (0,91), а також із друзями (0,83), більше гуляти, дихати свіжим повітрям (0,73), більше дивитися телепередачі (0,56), частіше читати газети і часописи (0,52), більше відпочивати, нічого не роблячи (0,5). Разом із тим зустрічаються бажання подорожувати, відвідувати нові місця (0,45), більше часу приділяти оформленню помешкання (0,42), частіше читати художню літературу (0,4), частіше слухати народні пісні (0,35). Серед молоді представників цього кластеру менше (11%), серед середньої і старшої вікових груп – більше (23% і 21% відповідно).

¹ Більша чи менша вираженість показника за шкалою від 1 («так, хотів би займатися») до 0 («ні») означає більшу чи меншу частку респондентів у цьому кластері/підгрупі, які обрали даний вид заняття.

Таблиця 5

Взірці дозвіллевих субкультур
(за культурно-дозвіллевими преференціями), 2007, %

<i>Вікові групи</i>	<i>Низький рівень комунікативно-рекреативної активності</i>	<i>Високий рівень комунікативно-рекреативної активності</i>	<i>Зацікавленість мистецтвом, інформацією, спілкуванням</i>	<i>Активно-розважальний</i>
За вибіркою	54	19	16	11
Молодша	43	11	13	33
Середня	50	23	21	25
Старша	68	21	11	3

Щодо практик, то серед опитуваних вирізняються два кластери з вищим рівнем комунікативно-рекреативної активності. Перший – 20% (перегляд телепередач, прослуховування радіо (0,87), приймання гостей і перебування в гостях (0,82), читання газет і журналів (0,75), відвідування магазинів і ринків (0,68), прогулянки на свіжому повітрі (0,60), просто відпочинок, без будь-яких занять (0,46)). Так проводять своє дозвілля 24% респондентів старшого віку, 23% – середнього, 11% – молодшого. Другий кластер цього типу (22%) подібний за набором практик і відрізняється від попереднього вищою часткою тих, хто читає художню літературу. До нього входять передусім представники середньої та старшої вікових груп (26% і 22% відповідно), натомість серед молоді таких менше (13%). Отже, ми бачимо, що декларують високий рівень комунікативно-рекреативної активності 19%, а реалізують його 42% опитуваних. Чимало з тих, хто серед бажаних видів дозвілля обрали лише кілька занять (власне відпочинок, телевізор), насправді активніше проводять вільний час і, можливо, хотіли б більше відпочивати. Це стосується, як бачимо, насамперед угруповань старшого і середнього віку.

Третя модель бажаного дозвілля охоплює 16% опитуваних і демонструє порівняно вищий рівень тяжіння до *споживан-*

ня продуктів мистецтва, художньої творчості. Представники цієї групи бажали б відвідувати театри (0,71), художні виставки (0,48), ходити на концерти (0,75), в кіно (0,39), частіше читати художню літературу (0,54), газети і часописи (0,31), переглядати нові фільми (0,24), слухати класичну музику (0,28), відвідувати курси (танців, іноземної мови) (0,34). Також в цій групі хотіли б більше піклуватися про свій зовнішній вигляд (0,60), підтримувати фізичну форму (0,59). Високим є бажання подорожувати (0,83), гуляти на свіжому повітрі (0,62), спілкуватися з рідними (0,60), друзями (0,38). Цей взірєць є більш характерним для середньої вікової групи (21%), тоді як серед молоді та людей старшого віку його представленість дещо нижча (13% і 11% відповідно). Ці орієнтації підтверджуються певною мірою у практиках і реалізуються у вищому рівні читання художньої літератури, спілкування, відвідування магазинів, кінотеатрів, перегляду відеофільмів, занять із комп'ютером тощо. Отже, можна припустити, що для певної частки населення, особливо середнього віку, є характерною модель дозвілля, спрямована на споживання творів літератури, мистецтва, сприйняття нової інформації (в тому числі за допомоги новітніх технологій), обговорення її з друзями, піклування про свій зовнішній вигляд і фізичну форму, активний відпочинок тощо.

Четвертий взірєць можна назвати *активно-розважальним* (11%). Він характерний для кожного третього серед молоді та кожного четвертого серед людей середнього віку, тоді як серед старшої вікової групи до нього залучені лише 3%. Його носії воліли б частіше переглядати фільми (0,71), частіше ходити на концерти (0,55), в кіно (0,49), слухати сучасні пісні (0,46), відвідувати нічні клуби (0,40), будинки культури (0,35), більше дивитися телепередачі та читати книжки (по 0,31), відвідувати кав'ярні, бари (0,51), нічні клуби (0,40), будинки культури (0,35), різноманітні курси (0,31), Інтернет-кафе (0,17). Їх приваблюють також подоро-

жі (0,79), підтримання фізичної форми (0,74), прогулянки на свіжому повітрі (0,56), піклування про свою зовнішність (0,39), шопінг (0,24), відвідування спортивних видовищ (0,44), активні й екстремальні заняття (0,32), катання на роликах (0,22). Бажання спілкуватися з друзями (0,69) зустрічається частіше, ніж схильність до спілкування з рідними, дітьми (0,38). Цим перевагам відповідають практики. Вирізнено два кластери з широким діапазоном культурно-дозвіллевих занять, кожен охоплює по 12%. Перший відрізняється від другого наявністю практик читання, користування комп'ютером, вищим рівнем відвідування кінотеатрів, кафе тощо.

Отже, аналіз змісту і спрямованості культурних переваг і практик дає змогу говорити про певні взірці дозвіллевих субкультур, які є значущими для тих чи тих вікових груп і функціонують у соціумі, дістаючи вияв у практиках. Цінності самореалізації, як зазначалося вище, є найважливішими саме для молоді. Молодь активніше шукає можливості задовольнити свої зацікавлення, які часто відповідають сучасним комодифікованим наборам товарів і послуг на ринку дозвілля, тим взірцям, які наполегливо пропонує реклама. Щоправда, ці уподобання активно-розважального характеру часто потребують ще й фінансового забезпечення, матеріальної інфраструктури, достатнього обсягу вільного часу. Переваги та практики певної частки людей середнього і молодого віку більш традиційні, відповідають канону «культурної людини», яка цікавиться літературою, мистецтвом, актуальною інформацією, а також бажає спілкуватися, подорожувати, привабливо і спортивно виглядати. Відпочинок у домашньому колі, використання традиційних носіїв інформації (телебачення, радіо, газети), спілкування з рідними та друзями (різної інтенсивності) – такий взірець дозвілля найхарактерніший для людей старшого, а також середнього віку, хоча значна частина молоді теж таким чином проводить свій вільний час.

2.3. Культурні домінанти покоління та життєві стратегії молоді

Субкультурні диференціації суспільства

Як і всі пострадянські суспільства, Україна переживає період докорінної трансформації всіх сфер життєдіяльності. Глибоких змін зазнала, зокрема, і соціально-стратифікаційна система. Якщо колишню соціальну структуру суспільства становили три страти — робітники, колгоспне селянство й інтелігенція, соціальний баланс між якими підтримувався на рівні державного регулювання, то в умовах переходу до ринкової економіки стратифікаційна будова суспільства значно ускладнилася. У конкурентну боротьбу за гідне місце на соціально-ієрархічних щаблях включилися нові «гравці» — від підприємців, менеджерів, фермерів до безробітних і деяких маргінальних груп, що набули певного соціального статусу і постійно поповнюють свої лави молодими людьми. На тлі очевидного посилення економічної нерівності й ускладнення соціальної стратифікації суспільства труднощі входження молодого людини в систему жорстких ринкових відносин багаторазово зросли. Становище молоді ускладнюється відсутністю достатнього життєвого досвіду й стартового капіталу, як матеріального, так і соціокультурного; крім того, чимало молодих людей не набувають повного соціально-професійного статусу (наприклад, учнівська молодь). Істотні розбіжності зумовлені не тільки формальною належністю молодих людей до тих чи інших соціальних структур, а й безпосереднім включенням у різні субкультурні рухи і групи.

Процеси розвитку сутнісних сил молодого людини (особистісного потенціалу, спонукально-мотиваційної системи, соціокультурних переваг, ціннісних орієнтацій), втілюваних в індивідуалізованих формах життєдіяльності та культурних практиках, мають складний, суперечливий, нерівномірний, багатоступінчастий характер. Соціалізація як процес

включення молоді в усе різноманіття зв'язків, відносин і взаємодій, що існують у суспільстві, не вичерпується такими функціями, як просте відтворення, тобто збереження на досягнутому рівні виробництва та споживання матеріальних благ, робочої сили й виробничих відносин, і функція трансляції — засвоєння й передання досвіду старших поколінь (знань, навичок, досягнень, норм і т.ін.). Одночасно із засвоєнням досвіду попередніх поколінь відбувається й перетворення цього досвіду, поява нових, раніше відсутніх інноваційних практик і культурних зразків.

Люди середнього й, особливо, похилого віку вважаються традиційно консервативними верствами суспільства. Молодь, навпаки, сприймається в сьогоdnішньому світі як «революційні дріжджі суспільства». Але так було не завжди. У традиційному суспільстві трансляція досвіду старших поколінь здійснювалася поступово, уповільненими темпами й тільки в одному напрямі — від старших до молодших. Пришвидшені темпи розвитку й постійне відновлення стали головними відмітними характеристиками життя сучасних індустріальних та постіндустріальних суспільств. Феномен молодіжної культури належить, головним чином, до динамічних суспільств, де він був помічений у зв'язку з конституюванням так званої техногенної цивілізації і явним поділом культури на «дорослу» й «молодіжну». В сучасній культурі постійно циркулює яскраво виражений шар інновацій, що радикально трансформують культурну традицію, яка утрудняє процеси соціалізації й адаптації людини до постійних змін умов і вимог життя. Пошуки ідентичності, досягнення бажаного соціального статусу, самовизначення молоді людини у світі й культурі ускладнюються не тільки традиційними віковими обмеженнями, що виходять від старшого покоління, але й, хоч як це парадоксально, розширенням можливостей вибору для молоді разом із динамізмом і новизною соціальних змін. При цьому тривалість періоду соціалізації для молоді постійно збільшується, підготовка до дорослого життя (одержання освіти та професії відповідно до вимог епохи) на сьогоdnішній день закінчується практично до 30 років.

Досягнення психологічної зрілості молоді в індустріальному суспільстві дисонує з терміном, коли молоді люди починають реально прилучатися до соціальних інститутів дорослих, виявляти економічну активність і самостійність, брати участь в ухваленні важливих соціальних рішень. У цих умовах будь-який соціальний або ідеологічний конфлікт із необхідністю набуває форми конфлікту «батьків і дітей», за віковим характером якого ховається насправді зіткнення між груповими інтересами, між соціальною новацією й соціальним консерватизмом. Сучасна молодь набагато швидше й легше усвідомлює минулий характер та обмеженість домінантних соціальних структур і починає творити свою власну соціальну реальність, втілювану в різних культурних формах, свою субкультуру. А спроби представити молодь як незрілу, відособлену масу інфантильних людей, які потребують постійного управління й контролю, – такі спроби є частиною та зазначеного протистояння й мають на меті нейтралізацію впливу молодіжного соціального критицизму та зниження його соціальної значущості.

Молодіжна субкультура — часткова, відносно когерентна система усередині загальної системи культури, що являє собою в онтогенетичному плані обов'язкову фазу розвитку, через яку повинен пройти кожен індивід. Її виникнення пов'язане з необхідністю подолання невизначеності соціальних ролей молоді, непевності у власному соціальному статусі й ідентичності. У процесі формування й розвитку власної культури (молодіжної субкультури) відбувається долавання цих невідповідностей. Причому, з одного боку, молодіжні субкультури культивують протест проти суспільства дорослих, його цінностей та авторитетів, а з іншого — саме в субкультурах і через них відбувається адаптація молоді до того самого суспільства й освоєння нових соціальних ролей.

Що ж саме становить зміст поняття субкультури як такої? В одному з найавторитетніших соціологічних словників субкультура трактується британськими авторами як «система цінностей, установок, способів поведінки й життєвих стилів певної соціальної групи, яка відрізняється від панівної в суспільстві культури, хоча й пов'язана з нею» (Аберкромби, Хилл, Тернер, 1997: 325). Субкультури як

системи значень, способів самовиявлення й життєвих стилів розвиваються соціальними групами, які перебувають у підвладному становищі, у відповідь на доміантні системи значень, цінності, спосіб життя, які диктуються суспільством. Субкультури відбивають спроби таких груп розв'язати структурні суперечності, які характеризують їхнє становище у ширшому соціальному контексті.

Застосування поняття субкультури в такому розумінні пов'язане, як мінімум, із двома аналітичними проблемами. По-перше, така дефініція субкультури передбачає наявність чітких критеріїв для однозначного розпізнавання панівної культури. Однак соціологія розглядає сучасне суспільство як сукупність безлічі «життєвих світів», а не як соціальний організм, що має єдину культурну систему, оскільки культура індустріального й постіндустріального суспільства є дуже фрагментованою і розрізненою. Відсутність у сучасних суспільствах «загальної культури» дискредитує саму ідею цілісної нормативної культури, що робить проблематичним визначення якоїсь узагальненої культури як панівної. Процеси фрагментації сучасної культури, які є результатом соціальної диференціації, етнічного розмаїття, класового структурування, регіональних відмінностей і т.ін., стимулюють появу безлічі культурних варіацій, виникнення нових субкультур, що перебувають у різноманітних, часто-густо опозиційних або навіть конфліктних відносинах одна з одною. Ці обставини змушують соціологів активно включатися в дискурс з проблем виявлення панівних культур і панівних ідеологій у сучасних суспільствах. Актуалізується й пов'язана із цим проблема гармонізації співіснування різних культурних тенденцій і підтримки соціального консенсусу субкультур за умов мультикультуралізму.

По-друге, дотепер у соціології немає загальноприйнятої точки зору на те, що є основними визначальними чинниками виникнення й розвитку субкультур, які фіксують їхні відмінності від панівної (доміантної) культури. Що саме являють собою субкультурні феномени як такі: відмінності від соціокультурних стандартів (нормативних зразків, зрілих, повноцінних форм), які відповідають уявленням панівної соціальної групи (або соціальної більшості) про середній

рівень успішності в рамках існуючої системи, або відмінності у способах реалізації вимог культури й засобах їх репрезентації? Відповідно до яких критеріїв той чи інший варіант культури визнають як домінуючу (панівну) культуру, а інші — підвладними (субкультурами)? Що виступає як базова культура — культура панівного класу, культура владної еліти, традиційна культура, культура дорослих людей (батьківська), масова культура чи культура «пересічної більшості»? У якому співвідношенні перебувають домінуюча культура (мейнстрим) і субкультури?

Багато відмінностей, непорозумінь і суперечностей у розумінні пов'язані з тим, що первісно поняття субкультури застосовували в соціології саме у зв'язку з потребою в дослідженні девіантної та кримінальної поведінки людей і маргінальних груп і тому трактували як негативну реакцію на панівну культуру. Тому субкультурні феномени аналізували суто у протиставленні нормативній свідомості та поведінці. У західній соціології досить довго було заведено вважати, що виникнення деліквентних і злочинних субкультур детермінують нездатність певної категорії людей розв'язувати свої життєві проблеми в культурних межах норм і традицій «звичайного суспільства» і прагнення аутсайдерів досягти соціального успіху й утвердитися в тому чи іншому опозиційному співтоваристві, компенсуючи тим самим свої невдачі у світі формальної культури. На сьогоднішній день західні дослідники вже не пов'язують поняття субкультури тільки з девіантними або маргінальними формами культур, а визнають існування безлічі субкультур як часткових культур, підсистем «офіційної» культури, що визначають стиль життя, ціннісну ієрархію й менталітет їхніх носіїв. Під субкультурою найчастіше розуміють культуру певної якої-небудь соціальної або демографічної групи, просторово й/або соціально в певній мірі відособленої в суспільстві.

У сучасному розумінні субкультура являє собою специфічний спосіб диференціації й, відповідно, самовизначення й ідентифікації суб'єкта — носія цієї часткової культури стосовно «великої культури» (основної, провідної, класичної культурної традиції або тенденції). Соціальну базу формування субкультур можуть становити вікові групи суспільства:

за віковими ознаками виокремлюють субкультури основних етапів життєвого циклу: дитячу, молодіжну, культуру літніх. Стосовно офіційної культури розрізняють формальні й неформальні субкультури. Субкультури можуть виникати або як позитивні реакції на соціальні й культурні потреби суспільства, або як негативні реакції на існуючу соціальну структуру й панівну в суспільстві культуру. Розрізняють також традиціоналістські й інноваційні субкультури. Прикладом традиціоналістських субкультур можуть бути, наприклад, професійні субкультури, соціально-культурні настанови, які, маючи цілком певну специфіку, не протистоять нормам і цінностям домінантної культури, а діють як інваріант цієї «великої» культури в середовищі професійних співтовариств. Поява інноваційних субкультур так чи інакше пов'язана із запереченням «базової» культури суспільства, а тотальна негативна інтерпретація норм і цінностей традиційної культури перетворює субкультуру на контркультуру. Свого часу Г.Тард запропонував поняття інновації, яке передбачає ухилення від строгого повторення старого як необхідної умови соціального розвитку. Тобто прогрес, на його думку, залежить не від успішної адаптації як норми повторюваності, а від можливості поводитись девіантно (але не в правовому сенсі), що зумовлено властивим природі розвитку прагненням до інновацій.

Неприйняття соціального світу, що викликає до життя ту чи іншу субкультуру, тепер уже виходить не тільки з незадоволеної «матеріальної потреби» (доступ до матеріальних ресурсів і способів їх реалізації), що превалювало за старих часів, а й із нового джерела — усвідомленої незадоволеної потреби в осмисленому існуванні. Коли проблема сенсу життя усвідомлюється суб'єктом як головна життєва проблема, із цим пов'язане формування почуття власної відповідальності за свою долю, за використання наявних шансів. Екзистенційні пошуки, відчуття й усвідомлення відкриття або втрати сенсу життя дедалі більшою мірою стають змістом культурних практик суб'єкта. Формою протесту проти відчужених соціальних інститутів і порятунком від їхнього панування стає особливий спосіб життя, який втілюється у субкультурі та презентує себе у різних формах нового

мистецтва. Кожна епоха характеризується своїми специфічними формами самопозначення. Для перших класових суспільств провідною формою прояву «духу епохи» у мистецтві стало епічне сказання, для епохи Освіти — філософський трактат, XIX століття виявило свій дух у романі, а XX століття найпослідовніше й найадекватніше позначило себе в музиці (рок-культура, яка долучила до себе крім музичного, ще й літературний, образотворчий, драматургічний та інші елементи); XXI століття презентуватиме себе в нових художніх формах, а культурний рух втілюватиме «дух часу», найімовірніше, за допомоги комп'ютерних технологій. Ці нові художні форми мають трансформуватися в масовий й імпровізаційний тип мистецтва, але, головне, стати системоутворювальним ядром, об'єктом культурної самоідентифікації соціального руху, що оновлює духовну сферу громадського життя.

Ювентологія про соціокультурний статус молоді

Інтерпретація складного й суперечливого процесу соціалізації молоді тільки як входження до світу панівної культури, пристосування до неї й прилучення до культурних стандартів, упродовж тривалого часу не включала в систему міркувань соціально-творчі, перетворювальні можливості молодіжної культури та її внесок у духовний фонд соціуму. Таке розуміння зумовлювало розгляд молодіжної субкультури як чогось плинного, що потребує корекції, будучи відхиленням від головного, магістрального шляху в історичному становленні культури. Молодіжна революція на Заході у 60-х роках минулого сторіччя спричинила виникнення нагальної соціальної потреби в розумінні суті молодіжних протестів і, ширше, конфлікту поколінь, призвела до підвищеної уваги дослідників до молодіжних проблем і виявлення ролі молоді в соціальних змінах (Манхейм, 1994).

У соціології радянських часів поняттєвий конструкт субкультури почали активно використовувати з кінця 1980-х років, і спочатку це поняття застосовувалося переважно для аналізу явищ, які поширилися саме в молодіжному середовищі (поява численних неформальних молодіжних груп

і рухів, що продукували альтернативну культуру або контр-культуру). Це обернулося тим, що нарешті було визнано: молодь, яку мислили тільки як структурний підрозділ соціалістичного суспільства із загальною й недиференційованою ідеологічною свідомістю, насправді відрізняється від інших соціальних спільнот не тільки за віком, а й за багатьма сутнісними характеристиками і розвивається відповідно до своїх власних законів. З'ясувалося, що молоде покоління має власні інтереси, перебуває в неоднозначних взаєминах з іншими соціальними групами й доміантною культурою — в діапазоні від часткового прийняття світу дорослих, із властивими йому цінностями й нормами, до повного його відторгнення, від простого уникання вимог панівної (батьківської) культури до прихованої або відкритої конфронтації з нею. Стало ясно, що не вік людини, який має і біологічну (антропологічну), і соціальну визначеність, слугує підставою для панування однієї вікової субкультури над іншою (у цьому випадку панування батьківської над молодіжною), а певні соціальні відносини. Іншими словами, віковий чинник у визначенні доміантної культури й субкультур є вторинною, формальною обставиною, переломленою крізь призму соціальних умов, які й виступають вирішальними та змістовними детермінантами. Головне полягає в тому, що панування певного класу стосовно молоді виявляється переважно як панування старших, оскільки, по-перше, засоби виробництва в сучасному суспільстві дотепер контролює старше покоління, по-друге, повнота прав ґарантується тільки з досягненням певного вікового цензу, по-третє, шлях до соціального успіху пов'язаний із необхідністю подолання безлічі соціальних бар'єрів у вигляді вікових обмежень різного роду, рамок соціальних стандартів, кар'єрних вимог і стереотипів, що закріплюють думку стосовно соціальної незрілості й інфантильності молоді.

Однак, незважаючи на ускладнення й поглиблення уявлень соціологів про субкультуру, величезну кількість емпіричних досліджень і багаторічні наукові дискусії щодо теоретичного обґрунтування концепту «субкультура», у більшості відповідних розвідок, виконаних у пострадянському просторі, найчастіше відтворюється та сама поняттєва конструк-

ція, що закріплює ідею культурної гегемонії тієї чи іншої соціальної групи, того чи іншого класу або якоїсь невизначеної «більшості». Ось і в нещодавньому фундаментальному виданні соціологічної енциклопедії, підготовленої за участю білоруських, російських соціологів та авторів з далекого зарубіжжя, субкультура, як і раніше, визначається як «система норм і цінностей, що відрізняють групу від більшості суспільства», і розглядається як підкультура — «поняття, яке характеризує культуру групи або класу, що відрізняється від пануючої культури або ж є ворожою цій культурі», тобто є контркультурою (Соціологія: Енциклопедія, 2003: 1102). Субкультура в такому розумінні зумовлюється наданими суспільством можливостями та обмеженнями в процесі інкорпорації суб'єкта в систему культури й особливостями культурного розвитку представників даної соціальної групи. Але така дефініція далеко не повною мірою розкриває особливості ціннісної свідомості й відповідних життєвих практик людей, що утворюють відповідно до певних вікових критеріїв самостійну соціальну групу, яка є цілком автономною частиною суспільного цілого.

Дослідження останніх років у сфері ювентології продемонстрували суттєву обмеженість і неефективність підходу до молоді як до пасивного субстрату – об'єкта патерналістської опіки й ідеологічного впливу, тобто суто з позиції оцінки ступеня її адаптації в суспільстві, зрозумілої як рух від стану «соціальної меншовартості» до статусу повноправного члена суспільства, відповідного рівневі соціальної зрілості й відповідності домінуючій культурі. Висновок про те, що молодь — це рівноправний учасник соціального процесу, специфічна соціально-демографічна група, яка характеризується особливим статусом у системі соціальної ієрархії суспільства, власним місцем у соціокультурному стратифікаційному просторі, особливою роллю в суспільному відтворенні й інноваційному розвитку, особливостями взаємодії з іншими соціальними групами й суспільними структурами, став наріжним каменем і відправною точкою подальших досліджень з молодіжної проблематики в соціології. Отже, молодь, як компонент соціальної структури й елемент мобільності суспільства, може розглядатися й бути

досліджена в термінах автономної й цілісної соціальної субкультури, тип якої визначається не віком, а соціальним призначенням цієї фази життєвого циклу та її змістовим наповненням. Своєю чергою, молодіжна субкультура не є однорідною і складається із ще дрібніших субкультур, які диференціюють їхніх носіїв за дуже широким спектром ознак.

Поняття молодіжної субкультури міцно закріпилося в соціології молоді як найважливішої галузі соціологічної науки як на Заході, так і в пострадянському просторі. Подальше розроблення цього поняття розвивалося в рамках різних підходів — психоаналітичного, структурно-функціонального, культурологічного, конфліктологічного, соціально-відтворювального, соціалізаційного, ризикологічного та ін. Сучасні дослідження субкультури молоді відповідають на виклики часу. Проблемний підхід, властивий сучасній соціології взагалі й соціології молоді зокрема, диктує необхідність виходити не з логіки соціально-демографічних ознак молоді як особливої соціальної групи, а з тих проблем, які несе суспільство й час, і досліджувати насамперед саме ті феномени, які визначаються специфікою соціально-історичного контексту, в якому діє те чи інше покоління молодих людей.

Розроблення проблеми суб'єктності молоді сприяло вкоріненню нового парадигмального підходу в її соціологічному вивченні, таким чином, дослідження молодіжної субкультури в рамках концепції соціалізації дістали сучасний і конструктивний розвиток. Вивчення проявів цієї суб'єктності дало змогу переосмислити й дати сучасні інтерпретації поняттям, що посіли центральне місце в ювенології, й розкрити особливості соціальних взаємодій молоді за умов постіндустріального суспільства. Йдеться про такі поняття і проблеми, як самореалізація молоді (Дж.Колеман), вікові кризи (Е.Еріксон), зміна соціального статусу молоді в перебігу перетворення суспільств (Ш.Айзенштадт), молодіжні виклики традиційній культурі (Т.Розак), молодіжна контркультура й оновлення (Ч.Рейч), молодіжна субкультура й молодь як суб'єкт саморозвитку (І.Кон), життєві плани й життєві шанси молоді (В.Шубкін), самовизначення молоді

(В.Лісовський), становлення молодіжної суб'єктності в суспільному відтворенні (В.Чупров), соціальні проблеми студентства як специфічної групи молоді (О.Якуба), міжпоколінна мобільність (Ф.Філіпов), регіональні особливості життєвого шляху молодого покоління (М.Титма), інтеграція молоді в суспільство в умовах соціальної нестабільності (Ю.Зубок), становище молоді в суспільстві ризику (К.Вільямс), життєві траєкторії молоді (В.Луков) та ін.

Нинішнє покоління молоді живе й діє за доби постмодерну, що характеризується принципово новими способами існування культури. За цих умов виникнення нових субкультур детермінується не тільки й не стільки соціальними, скільки культурними розбіжностями й протистояннями. Різноманіття тем і джерел, які викликають до життя дедалі нові субкультури, воістину невичерпне, а вектори експорту-імпорту субкультур уже давно не обмежуються традиційними напрямками культурних потоків. Якщо раніше головною в понятті субкультури була вказівка на принципове структурне протистояння культур, що заперечують лідерські позиції й претензію на верховенство однієї «великої культури», то в умовах глобальної цивілізації зміст поняття субкультури змінюється радше у напрямі визнання права на «замість», на «іншість», на власний вибір і власні переваги в соціокультурному процесі для будь-якої соціальної групи, яка створює свою субкультуру, незалежно від її місця в системі суспільних відносин. Розбіжність культури й субкультури виявляється саме в ступені довольності культурного вибору суб'єкта. Народжуючись, індивід потрапляє в певне культурне середовище, і прилучення до неї починається без його згоди. Але залучення до однієї із субкультур супроводжується ухваленням відповідного рішення в процесі усвідомленого вибору. Приєднання до субкультури можна розуміти як один із можливих культурних виборів, але більшою мірою – як систему принципів відбору, набір правил, який уможлиблює ухвалювати рішення з приводу того, що може бути обрано.

Культура як сукупність ментальних структур, властивих більшості у суспільстві, є простором культурних ви-

борів суб'єкта. Субкультура містить низку цінностей домінантної культури, що, з одного боку, слугує фундаментом для здійснення комунікації між суб'єктами, але з іншого боку, неодмінно створює нові, власні цінності, які виступають як контраргументи стосовно чинної культурної традиції. Запобігти появі субкультур неможливо, й боротися з ними даремно, оскільки за кожним субкультурним рухом завжди стоїть певна духовна дійсність глибинного ментального універсуму. Представники субкультури виробляють культуру настільки «власну», що, маючи з великою культурою спільну мову, в ті самі слова вкладають зовсім інший зміст, зазнають інших почуттів й переживань; за всім цим стоїть принципово інша, власна символіка, яка дає змогу безпомилково розпізнавати своїх і чужих (Соколов, 1997).

Принциповим завданням для людського співтовариства є гармонізація співіснування різних культурних тенденцій і зниження гостроти протистояння субкультур. Людству неминуче доведеться жити у світі символічного космосу старих і новоутворених субкультур, які зі способів виокремлення суб'єктів із загальної маси перетворюються на засоби комунікації й далі закріплюються як особистий, продуманий і глибоко пережитий досвід. Об'єднання молоді в різноманітні групи та рухи, що є інтегративним чинником, сприяють формуванню колективної свідомості в цих групах, колективної відповідальності й загальних понять про соціально-культурні цінності. Субкультури настільки різноманітні та змінюються з такою калейдоскопічною швидкістю в межах глобального культурного простору, що дослідники, які спеціалізуються на вивченні субкультур, дотепер так і не спромоглися виробити універсальні критерії їх типологізації. Сьогодні тільки підходів до вивчення й опису субкультур налічується більше як десяток (Слюсаревський, 2002). Будь-яка соціальна група потенційно здатна сформувати власну субкультуру, але насправді не всяка соціальна група її має, тому молодь, як постійне джерело продукування й існування безлічі різних субкультур, є одним із найбільш благодатних об'єктів для соціологічного аналізу субкультурних феноменів.

Життєві стратегії української молоді в ситуації соціальних змін

Сучасний світ перманентно перебуває в процесі трансформацій, як у глобальному масштабі, так і в масштабі окремих країн. Пострадянські країни перебувають на переломному етапі соціальних трансформацій, які заторкують всі без винятку сфери життєдіяльності людей, і тому проблеми вивчення соціальних суб'єктів цих змін є найактуальнішим напрямом соціологічних досліджень і подальшого аналізу. Зважаючи на це перед вітчизняною соціологічною наукою виникають досить непрості питання. Яке місце реально посідає молодь у стратифікаційній структурі сучасного українського суспільства? У яких формах молодь може реалізувати свої потенції бути суб'єктом громадського життя й соціальних новацій? Культура якої соціальної групи виступає як домінуюча (базисна) культура в українському суспільстві в цілому і стосовно молодіжної субкультури зокрема? Які форми протистояння й солідаризації між ними можливі в цей час?

К.Мангайм обґрунтував висновок про те, що в періоди ґрунтовних соціальних потрясінь на історичну авансцену виходить нове, революційно настроєне покоління, що істотно відрізняється від попередніх поколінь за своїм досвідом і соціальним завданням; і саме завдяки активності цього покоління, яке утверджує свою протестну культуру (контркультуру) у якості нової загальної культури, відбуваються якісні прориви в розвитку суспільства. Проте надалі виявилося, що молоде покоління не завжди виступає чинником соціальних змін і тим паче — єдиним джерелом таких змін. Контркультуру можна розглядати як ядро можливої майбутньої культури і як механізм культурних новацій, маючи при цьому на увазі, що перетворювальний імпульс притаманний не окремо взятій контркультурі того чи іншого покоління, а всієї їх сукупності. Носіями контркультурної свідомості є ті соціальні групи та страти, бажаний спосіб існування яких не забезпечується цінностями панівної в конкретно-історичному суспільстві культури. Контркультура (самоусвідомлювана духовна опозиція домінуючій в даному

суспільстві культури), яка зароджується переважно в молодіжному середовищі, виявляється на різних рівнях: класовому, соціальному, поколінному, особистісному. Риси контркультурної свідомості й поведінки виявляються не тільки в маргінальних верствах суспільства, а й у середовищі представників самих панівних класів і груп, особливо в умовах розпаду економічних, політичних і моральних підстав соціуму.

Зіткнення різнопланових (насамперед економічних і політичних) інтересів у надзвичайно фрагментованому українському суспільстві, яке уже майже два десятиліття існує за умов тотальної кризи, породило нову конфігурацію соціальних конфліктів. Суспільство як ціле перестало бути актором, суб'єктом дії. Різка соціально-економічна й політична поляризація суспільства супроводжується, з одного боку, відкриттям нових можливостей для «соціально-активної меншості», представники якої посіли провідні позиції у владних структурах і одержали доступ до розпорядження національними ресурсами, з іншого боку, реальним зубожінням значної частини населення, згортанням багатьох видів активності й наростанням пасивності серед «соціальної більшості» суспільства. Але цей новий соціальний актор — активна частина суспільства (економічна й політична верхівка суспільства, яка утворюється з багатих власників, політиків і чиновників з вищих ланок державної бюрократії), з великою часткою умовності об'єднана в нестабільну соціальну групу на основі корпоративних інтересів, не може претендувати ні на статус «панівної культури», ні на роль «носія» й «транслятора» інтересів суспільства в цілому.

Починаючи з Аристотеля, відомо, що в суспільстві має бути якась середня верства, що слугує опорою наявного ладу й держави. У західній літературі ця базисна верства розглядається як основна стратифікаційна соціальна група, найвищою мірою зацікавлена у стабільності чинного порядку речей і в економіці, і в політиці, що визначає провідну тенденцію й орієнтири в розвитку культури. Однак така соціальна верства, що відповідає цим критеріям, в українському соціумі, як і в інших пострадянських державах, ще не сформувалася. Згідно зі сформованим у соціології трак-

туванням, ця верства у сучасних розвинених суспільствах включає «власників, професіоналів високого рангу, осіб вільних професій, що є самодостатніми в економічному плані й суб'єктивно сприймають себе як благополучних і цілком незалежних від примх долі громадян» (Ядов, 2001: 312). Власне кажучи, саме відчуття благополуччя, стабільності свого соціального стану й упевненості у власних силах становить психологічний зміст соціалізації індивіда, найважливіший результат його інтеграції в суспільство.

С.Лем розглядав молодіжну субкультуру як спосіб включення в культуру, як іманентний феномен культурно-історичного процесу, що виникає в суспільстві, яке досягло матеріального достатку внаслідок розвитку технологій, але в якому ще не вироблено відповідних механізмів соціального гомеостазу. У процесі набуття зрілості (групової, сімейної, професійної, статевої) індивід зобов'язаний подолати чимало труднощів і перешкод і сформувати систему певних мотивів поведінки. Ще в 1967 році філософ передбачав та попереджав, що надлишок і доступність «благ цивілізації» може викликати «аксіологічний колапс», тобто занепад системи цінностей, і тим самим необоротно порушити суспільну рівновагу. «Зусилля навчання потрібні не тільки для того, щоб добути певний інформаційний матеріал. Вони грають також іншу роль, що не залежить від природи цього капіталу — вони пробуджують пристрасть до змагання, навчають долати перешкоди, зміцнюють “опір стресам” й у такий спосіб формують структуру особистості» (Лем, 2002: 563). У критичні періоди розвитку суспільства складається нова соціальна ситуація, що визначає змістові характеристики соціалізації. В умовах соціальної диференціації, яка підсилює і поглиблює соціальні нерівності, інтереси самої молоді спрямовані не стільки на способи самовираження, скільки на пошуки більш ефективних й адекватних шляхів набуття повноправного статусу члена суспільства, дорослої, економічно й соціально самостійної людини.

Специфіка молоді як суб'єкта соціальних змін полягає в тому, що молодість як фаза життєвого циклу включає, з одного боку, формування соціально-типових рис, елементів соціальної подібності людей, що перебувають у певному

періоді життя, а з іншого боку, відбиває особистісну, індивідуальну своєрідність молодого людини. З огляду на ці особливості в соціології посилюється дослідницький інтерес до вивчення життєвих стратегій молоді, що пов'язане також зі зростанням різноманіття каналів і форм входження молоді в суспільство дорослих. Цей інтерес дуже великою мірою зумовлений ще й тим, що в даний момент у доросле життя вступає перша вікова когорта, свідомо фаза соціалізації якої припадає на період розвитку ринкових відносин в Україні і якій, відповідно, мають бути властиві риси ринкової (індивідуалізованої) психології. Із цього погляду надзвичайно актуальним завданням для соціології стає дослідження механізмів і способів вибору українською молоддю життєвих цілей і різних варіантів реалізації життєвих устремлінь.

Представники нового покоління, народження яких датують кінцем 70-х років минулого сторіччя, набули зовсім іншого, відмінного від традиційного, досвіду відтворення та професійної підготовки. Вони вступають у життя за умов скорочення шансів на працевлаштування, загострення конкуренції в усіх сферах життєдіяльності, підвищення відповідальності за соціальні й особисті наслідки прийнятих рішень. А це, своєю чергою, обтяжене загостренням міжпоколінних суперечностей. Проблема вікової диференціації суспільства, розглянута в контексті системи взаємин різних поколінь, що одночасно живуть у суспільстві, стає дедалі актуальнішою. Саме ця обставина пояснює характерну для сучасної соціології зміну ракурсу досліджень з даної проблематики: від вивчення відносин молоді й суспільства в цілому до вивчення відносин молоді з іншими віковими групами (зрілих та літніх людей). Західні соціологи розробляють цю проблему в аспекті соціального співробітництва й солідарності представників різних вікових когорт.

Кардинальні зміни в сучасній системі життєвого орієнтування, спричинені різноманітними інноваційними процесами, які пронизують всі царини та рівні соціальної реальності й життєдіяльності людини, зумовили необхідність використання в процесі дослідження соціальної поведінки категорії «життєва стратегія». Ця категорія містить поняття, що

описують такі елементи життєвого орієнтування, як спосіб життя, цінності й норми життя, зміст і цілі життя і т.ін. Життєва стратегія поєднує в собі не тільки спрямованість на досягнення бажаного соціального статусу, а й вказівку на способи досягнення цілей; це поняття уможлиблює також вивчення динаміки соціальної адаптації суб'єкта до нової соціокультурної ситуації — як на особистісному, так і на соціальному рівні, будучи, таким чином, комплексною характеристикою, що відбиває різні боки людського життя. Життєві стратегії особистості — це символічно опосередковані ідеальні утворення, які здійснюють вплив і поза свідомістю, тобто це орієнтири та пріоритети, що реалізуються в поведінці суб'єкта (Резник Т., Резник Ю., 1995: 100).

Стратегія життя в її соціологічному розумінні являє собою динамічну, саморегульовальну систему соціокультурних уявлень суб'єкта про конструювання власного життя та його пріоритети, що орієнтують і спрямовують його діяльність і поведінку, що організують життєві практики індивіда в довгостроковій перспективі. Для того, щоб ефективно виконувати функцію організації й регулювання життя суб'єкта на досить довгому відтинку життєвого шляху, стратегія має включати цілісний образ світу й уявлення про місце в ньому самого суб'єкта, тобто не тільки відображати дійсність, а й узгоджувати воедино неповні, фрагментарні образи навколишнього світу й систематизувати уявлення про нього в єдиній «стереоскопічній» картині світу.

Особистість є специфічним осередком різних соціальних зв'язків і відносин. Її життя розгортається у соціальному часі та просторі, формуючи неповторну індивідуальну біографію. Життєвий шлях при цьому постає як втілення індивідуальної долі. Зростання інтересу саме до індивідуального перебігу подій життя особистості є відображенням екзистенціалістської тенденції зосередження уваги на унікальних явищах буття, у тому числі і на особистості як індивідуальності із властивим їй самобутнім, неповторним способом життєздійснення. Особливості сучасного етапу цивілізації полягають у посиленні особистісного начала в соціумі та зростанні домагань особистості щодо складніших рівнів

самоорганізації своєї життєдіяльності. У зв'язку з ускладненням життя, підвищенням його динамізму і внутрішньої суперечливості, надто за умов, коли соціальні та життєві ситуації перманентно і стрімко змінюються, у технології життєздійснення найпродуктивнішим виявляється інноваційний підхід, у якому реалізується творче осмислення життєвих ситуацій, готовність до особистісних змін і сприйняття нововведень до повсякденних обставин. Саме тут, у сполученні соціального й особистісного контекстів, переборюється розрив між особистістю як суб'єктом і її життям як об'єктом. Життя людини в єдності його об'єктивних і суб'єктивних характеристик, що розгортається в конкретно-історичному індивідуальному життєвому світі, власне і є предметом життєвого проектування та формування відповідної життєвої стратегії. Історичний масштаб життя особистості може обмежуватися конкретною біографією, може виражати життя тільки одного покоління, тієї чи іншої соціальної групи, а може бути співрозмірним і масштабів цілої історичної епохи.

На зміну об'єктивній зумовленості життєвої ситуації особистості прийшла її об'єктивно задана множинність, у зв'язку з чим стрімко зросла роль суб'єктивного компонента у виборі стратегії життя й організації індивідуальної життєдіяльності. Визнання цієї суб'єктивності стало не тільки фактом життя окремих індивідів, а й невіддільною частиною суспільної свідомості епохи. Творче ставлення до життя передбачає здатність особистості до розкриття та розв'язання життєвих суперечностей, а не втечу від них за допомоги поверхневих життєвих змін, а отже, внесення відповідних змін у систему психологічного забезпечення життєвого шляху людини на різних його етапах: визначення життєвої перспективи, пошук нових шляхів для досягнення життєвого успіху за змінюваних життєвих обставин.

У процесі сприйняття й оцінки людиною соціальних процесів, свого місця в них, своїх соціальних перспектив виробляється системне ставлення до життя в соціумі, вибудовуються і коригуються ціннісні пріоритети, здійснюється вибір життєвої стратегії, що забезпечує нормальний перебіг життя соціального суб'єкта. У стабільні періоди життя

суспільства це системне ставлення функціонує неявно, приховано, часто на рівні підсвідомості, але, як і багато інших духовних структур – соціально-психологічних, когнітивних, етичних та ін., значною мірою спирається на традиції, менталітет, соціальні стереотипи. Напружені духовні пошуки в цьому напрямі здійснює творча меншість, еліта. У критичних – перехідних, кризових, катастрофічних – ситуаціях пошуками відповідей на виклики навколишнього середовища, що різко змінилося, більшість пересічних людей вимушені займатися самотійно. А якщо стресові ситуації в суспільстві набирають тривалого характеру і перехідний період розтягується на десятиріччя, то люди, накопичуючи певний досвід життя в кризових умовах, здатні сформулювати більш-менш адекватну системну відповідь на виклики часу та історичної долі. Причому як на соціальному, так і на особистісному рівні відповіді людини на ці історичні виклики мають бути саме системними й переважно раціональними. Іншими словами, в результаті достатньо напруженої роботи свідомості й волі людини в кризових умовах актуалізуються певні суб'єктивні механізми та засоби для вироблення тієї чи іншої життєвої позиції, що забезпечує суб'єктові можливість подолання критичних ситуацій у прийнятних для нього формах, організовуючи відповідним чином його соціальну поведінку. Оскільки життєва позиція людини детермінує спосіб її свідомої взаємодії з навколишнім середовищем, то в процесі дослідження й аналізу її дій і соціальної поведінки, особливо за умов ґлобальних і різких соціальних змін, має сенс оперувати поняттями, що фіксують моменти цілераціональної поведінки, вільного вибору, зваженого прийняття рішень тощо.

Зміст і динаміку життєвої позиції людини в перехідних, критичних соціальних ситуаціях визначає передусім оцінка нею соціальної ситуації, яка є результатом сприйняття змін у соціальній структурі, новій конфігурації поєднання соціальних інтересів, соціальної диференціації суспільства; ролі влади та еліти, різних соціальних інститутів, власних можливостей впливати на перебіг подій і контролювати перетворення, що відбуваються, своїх реальних життєвих перспектив тощо. На основі цієї узагальненої оцінки соціаль-

ної ситуації суб'єкт коригує систему цінностей, визначає стратегічні й тактичні ціннісні пріоритети, етичні рубежі припустимого, справедливого і належного в межах своєї життєвої позиції. Ціннісні пріоритети задають координати соціального світу суб'єкта, лежать в основі процесів соціальної інтеграції й ідентифікації, структуризації й організації соціального часу і соціального простору людини, підтримують відчуття належності, спільності, солідарності.

Соціальна ситуація в кризовий період характеризується порушенням балансу інтересів різних груп населення. Серйозні зміни об'єктивних умов спричиняють зміни в системі форм соціальної активності, тиску і протидії, впливу і взаємовпливу соціальних груп, що склалися. Реальні соціальні інтереси в цей час вкрай динамічні й погано передбачувані, часто виступають в неявній, замаскованій, ірраціональній, неусвідомлюваній або слабо усвідомлюваній формі, тому пошук раціонального компромісу інтересів різних соціальних суб'єктів становить для соціального управління вельми складне завдання. Баланс інтересів — один із найважливіших чинників інтеграційної сталості суспільства, який передбачає позитивну включеність людини в головні соціалізувальні соціальні спільноти на всіх рівнях соціальної системи — сім'ї, первинної групи, організації, соціальної групи, територіальної спільноти, держави, нації, суспільства в цілому. Іншим важливим чинником, тісно пов'язаним із першим, є наявність нормативно-ціннісної єдності, згода з приводу загальних соціальних норм і цінностей і визнання їх більшістю в суспільстві.

Перехідний період для людини — хоч би яким було її об'єктивне становище — дуже складний час життя, пов'язаний із необхідністю не тільки адаптації до нових умов, а й запровадження складніших механізмів регулювання її соціальних дій, що забезпечують особистісну і соціальну прийнятність нової реальності й утвердження суб'єкта у ній. Сучасне суспільство потребує зміни традиційних для пострадянських країн життєвих стратегій, а отже, модифікації системи життєвого орієнтування суб'єкта. Відповіддю людини на невизначеність сучасної ситуації має слугувати посилення гнучкості соціальної поведінки, що сприяє ефектив-

ній, успішній адаптації до нових умов, у протилежному випадку суб'єктові не уникнути стану втраченості та фрустрації, що веде до дезадаптації й соціальної безпорадності. На цьому шляху існують серйозні перешкоди. У «пострадянської людини» на рівні рефлексії продовжує діяти закладена традиціями модель поведінки ціннісно-раціонального типу. Відповідно до цієї моделі, самі цілі та шляхи до них виступають у вигляді цінностей, тобто засоби досягнення цілей мають нести певне ціннісне навантаження і не повинні бути відірваними від цілей. У цій ціннісно-раціональній моделі закладений наш соціальний архетип, тоді як сучасному постмодерному суспільству більше відповідає західна модель цілераціонального типу. Дії людей, що уможливають, хоча б уявно, збереження або покращання своєї позиції в системі нових соціальних відносин, формують типові стратегії поведінки. Дотримання цих стратегій забезпечує ту міру успішності існування суб'єкта за певних даних соціальних умов, яку він приймає як норму. Той чи інший вибір стратегій поведінки (життєвих стратегій) може слугувати підставою і критерієм для вирізнення типологічних груп, що зумовлюється інтеграційним характером даного поняття.

Життєві стратегії включають культурні орієнтації, що забезпечують прийняття певних культурних зразків; соціальні орієнтації, що спрямовують суб'єкта на досягнення бажаного соціального становища через включення його в різні соціальні групи; індивідуально-особистісні орієнтації, що є результатом особливостей життєвого шляху і психологічного складу індивіда. Разом всі ці орієнтації визначають минуле, теперішнє і майбутнє суб'єкта. Важливо також брати до уваги, що системні соціокультурні трансформації зумовлюють інверсію ідентифікаційних процесів у суспільстві. В перехідні періоди процес ідентифікації індивідів у новій соціокультурній формі не «починається, а завершується формуванням соціального інтересу, не завершується, а починається поведінковою презентацією» (Іонин, 1995 : 6).

Основними чинниками, що детермінують поведінку індивіда в суспільстві, що трансформується, і визначають його життєву стратегію, є, по-перше, орієнтація на традиційну або сучасну ціннісно-нормативну систему; по-друге, міра

практичного прийняття соціальних змін і реформ, що відбуваються (підтримка, протидія, нейтральна позиція); потреба, рівень адаптованості до нових правил соціальної поведінки. На формування життєвих стратегій, безумовно, впливають також інші важливі чинники. До них перш за все потрібно віднести вік, оскільки між віком і соціальними можливостями існує тісний зв'язок; регіональні особливості, що впливають на соціальну мобільність і можливості включення суб'єкта в різні форми зайнятості; гендерні відмінності, що зумовлюють формування чоловічої та жіночої моделей життєвого успіху і т.ін.

Виходячи з цього, однією з можливих типологій може бути виокремлення двох основних типів життєвих стратегій: пасивної і активної. В процесі аналізу і побудови типології поведінкових стратегій необхідно враховувати, що в умовах соціальної стабільності індивідуальні стратегії є цілком автономними утвореннями, оскільки в них реалізуються типи поведінки, закріплені усталеними життєвими устоями. В перехідні періоди індивідуальні стратегії не є такими автономними, вони радше є адаптованими варіантами групових стратегій. Це є особливо характерним для молоді, оскільки в молодіжному середовищі групова ідентифікація переважає над індивідуально-особистісною. Соціально активні суб'єкти і, що особливо важливо, молоді люди, використовуючи активні стратегії поведінки, перебувають у стадії конструктивно-інноваційного пошуку, тоді як прихильники пасивних стратегій – у стадії соціального вичікування.

Конструктивний пошук vs соціальне вичікування

Тож, сприймаючи довготривалість кризи як даність (принаймні у сфері суб'єктивної реальності), вважаємо за необхідне сконцентрувати увагу на цих двох типах життєвої позиції й відповідних їм моделях життєздійснення в ситуації «стабільної нестабільності». Тривалий перехідний період в Україні примушує поглянути на нього не як на щось проміжне в русі від неоднозначного минулого до невизначеного майбутнього, а як на особливий, самостійний і, хоч як це парадоксально, доволі стабільний стан суспільства і людини. Зазвичай перехідні системи вельми динамічні та

нестійкі й відзначаються соціальною лабільністю й високою ймовірністю виникнення критичних ситуацій. На відміну від цієї класичної тенденції, український соціум являє собою деяку унікальну форму суспільства, що трансформується. У нашій країні парадоксально стабільна соціальна криза навіть набула своєї рідної легітимності у суспільній свідомості і сприймається як щось природне, неминуче та довгострокове. Наразі, за даними дослідження, проведеного 2009 року Інститутом соціології НАН України за методикою омнібусу, понад 59% респондентів середнього віку навіть не намагаються визначити часові рамки періоду, впродовж якого країна зможе подолати негативні наслідки нинішньої економічної та фінансової кризи (серед молодих респондентів таких виявилось 55,4%). Оптимістично налаштованих респондентів, віком від 30 до 54 років, схильних вірити в те, що впоратися з кризою можливо найближчими двома роками, виявилось лише 8,1% (11,4% у молодіжній групі), тоді як вчетверо більше – 32,1% опитаних – вважають, що на подолання кризи буде потрібний більш тривалий термін (у молодіжній групі – 32,6%).

Як показують результати опитування 2009 року, більш як 19% респондентів середнього віку вважають, що вони добре пристосувалися до нинішньої життєвої ситуації, *активно включилися* в нове життя, водночас молодь, як виявляється, набагато краще почувається в сучасному житті – 26,6% молодих респондентів вважають ринкові відносини природним способом життєдіяльності. Поряд із тим 38,3% представників середнього покоління і 40,4% молодих учасників опитування відповіли, що шукають способи і можливості «вбудуватися» в обставини життя, які зазнали змін. Але якщо майже 29,6% опитаних «дорослих» навіть не намагаються пристосуватися до теперішньої ситуації і живуть «як доведеться», то серед «молодих» таких лише 20,3%. Порівняння відповідей молоді з аналогічними відповідями найстаршої групи демонструє ще більш разючі відмінності (табл. 1). Треба зауважити, що порівняно з 2007 роком відповідні показники трохи покращилися (в межах 2%), й населення України за всіма віковими групами відчуває себе більш пристосованим до теперішньої життєвої ситуації.

Таблиця 1

Міра суб'єктивної пристосованості
до теперішньої життєвої ситуації залежно від віку, 2009 (%)

Варіант відповіді	Вікові категорії			Загалом по масиву
	до 30 років	30 – 54 роки	55 і старші	
Активно пристосувався до нового життя	26,6	19,2	11,0	18,0
Перебуваю у постійному пошуку	40,4	38,3	21,5	33,6
Не маю бажання пристосовуватися	20,3	29,6	50,3	34,0
Важко відповісти	12,7	12,9	17,2	14,4

Ще виразніша картина вимальовується, якщо спитати респондентів не просто про ступінь їхньої адаптованості до соціальних змін, а про те, які зусилля вони готові зробити для досягнення своєї життєвої мети й реалізації власних інтересів, які життєві стратегії при цьому використовуються. Залежно від того, як респонденти визначили власні життєві позиції, їх можна розділити на дві групи. Респонденти першої групи реалізують, умовно кажучи, «стратегію виживання», яка полягає в тому, щоб не сильно напружуватися в житті, задовольнятися тим, що є, пливти за течією (20,4% респондентів середнього віку й удвічі менше – 10,0% — молоді позиціонували себе таким чином). Інша група респондентів, сповідують принципи максимізації зусиль для здійснення своєї мети, активного відстоювання своїх інтересів і реалізують «стратегію досягнення». Таких респондентів серед «дорослих» виявилось втричі більше – 60,0%, а серед молодих респондентів цей розрив особливо показовий – 73,2% молодих людей впевнено відносять себе до цілеспрямованої, активної частини населення. Водночас 18,7% респондентів середнього віку і 16,8% молодих завагалися з відповіддю.

Цікаво, що, оцінюючи своїх співгромадян щодо наявності у них тієї чи тієї життєвої позиції, респонденти середнього віку розділили їх таким чином, що дві ці групи виявилися практично рівноцінними: на їхню думку, для 40,9% спів-

вітчизників властиво не напружуватися в житті, а 40,3% співгромадян характеризує активність в досягненні мети. Молоді більш оптимістично оцінюють співвітчизників, вважаючи близько 38% населення України схильними не напружуватися в житті, задовольнятися тим, що є, а 47,4% населення України вони вважають активними у досягненні життєвих цілей та спроможними відстоювати свої інтереси. Тобто на індивідуальному рівні активність у відстоюванні власних інтересів як найважливіший життєвий ресурс оцінюється респондентами обох вікових груп у півтора раза вище, ніж на соціальному, а пасивна життєва позиція приписується співвітчизникам респондентами середнього віку вдвічі частіше, а молодими респондентами практично у чотири рази частіше, ніж на рівні індивідуальної самооцінки.

Якщо дослідити динаміку змін стосовно співвідношення базисних соціальних типів особистості, тобто збільшення або зменшення у певний період кількості «інтерналів» – людей, які відповідальність за своє життя покладають насамперед на самих себе, та «екстернатів», які вважають, що їхнє життя здебільшого залежить від зовнішніх обставин, то маємо таку картину: співвідношення інтерналів та екстерналів 2005 року становило 24,2% проти 45,8%. Порівняно з 2004 роком кількість інтерналів зросла 2005 року на 2%, а кількість екстерналів зменшилася на 3%. Це була дуже обнадійлива тенденція, яка, на жаль, не розвинулася у 2006 році. Цей рік характеризувався істотним зменшенням питомої ваги людей, які покладають відповідальність за своє життя на самих себе (19,7%), натомість частка екстерналів суттєво зросла (48,4%). У 2008 та 2009 роках знов відбулося зростання частки інтерналів (21,3% і 22,1% відповідно) та зменшення кількості екстерналів (47,5% і 45,9% відповідно). При цьому слід зважати на те, що серед молодих людей набагато більше інтерналів, ніж серед представників середнього віку (в опитуванні 2009 року – 31,9% і 21,6% відповідно); частка екстерналів у молодіжній групі становить 36,2%, а у групі респондентів середнього віку – 42,5%.

Чому це важливо? Інтернальність і екстернальність визначають два протилежно спрямовані типи практичної орієнтації у житті. Інтернали вважають бажані цілі принципово

досяжними й розвивають досить високу активність для реалізації цих цілей навіть у дуже складних умовах. Екстернали набагато частіше вважають бажані цілі недосяжними або надто складними й виявляють більшу пасивність у їх реалізації порівняно з інтерналами. Багаторічні дослідження та результати численних опитувань довели, що різні, насамперед економічні, труднощі набагато менше лякають інтерналів, які вважають за краще в усьому покладатися головним чином на власні сили. Але локус контролю детермінує не стільки рівень, скільки зміст і напрям активності у процесі реалізації цілей. Саме тому інтернали, на відміну від екстерналів, більше цінують ті громадянські свободи та права, що їх надає демократичне суспільство, і більшою мірою стурбовані збереженням досягнутих результатів державного будівництва. Екстернали вдвічі частіше, ніж інтернали, відзначають наявність у себе серйозних соціальних страхів. Практично за всіма показниками інтернали успішніше долають свої страхи та виявляють більшу готовність дати собі раду щодо різноманітних життєвих труднощів. Саме цей тип особистості (незалежної, самостійної, активної) становить соціальну базу для сучасних соціокультурних трансформацій, демократичних і ринкових перетворень нашого суспільства. Надалі саме інтернальність, ця психологічна домінанта, що характеризує людей економічно розвинених країн, дасть змогу підсилити людський ресурс перетворювальних процесів в Україні, оскільки найближчими мотивами та стимулами поведінки й дій індивідів є насправді не так звані об'єктивні обставини, а їхнє визначення самими індивідами.

І екстернали, і інтернали позиціонують себе в більшості як соціально і особистісно активні суб'єкти. Проте належність індивіда до групи з тим чи іншим типом локуса контролю не пов'язана прямо із властивою йому пасивною або активною життєвою позицією, але інтернали набагато більшою мірою, ніж екстернали, вважають себе відповідальними за результати власної активності. Інтернали, як правило, точніше оцінюють самих себе, а екстернали – інших людей. Слід також мати на увазі, що екстернальність/інтернальність, хоча і є достатньо стійкою властивістю особис-

тості, проте не є незмінною характеристикою людини впродовж життя. У більшості соціологічних опитувань молодіжну групу респондентів зазвичай на одну третину або трохи менше становлять інтерналі; іншу третину становлять люди, які вважають, що їхнє життя рівною мірою залежить і від них самих, і від зовнішніх обставин; екстернали також становлять третину або трохи більше за третину від загального числа молодих респондентів. У середній віковій групі співвідношення інтерналів і екстерналів абсолютно інше (1:2), а третину респондентів цієї групи становлять люди, які вважають, що їхнє життя рівною мірою визначається зовнішніми і внутрішніми обставинами.

Інтернальність/екстернальність достатньо тісно корелює з характеристиками *оптимізму/песимізму* в царині регуляції поведінки суб'єкта і його життя в цілому. Оптимісти переважно концентруються на позитивних складових життя і через це більш повно використовують як власні можливості, так і зовнішні обставини в процесі досягнення мети. Песимісти, навпаки, надають набагато більшого значення негативним рисам життя, що, своєю чергою, зменшує віру у власні сили та здатність обертати на свою користь зовнішні чинники. Оптимістичні погляди на життя багато в чому визначають активність поведінки окремого індивіда або соціальної групи як у повсякденній життєдіяльності, так і за надзвичайних обставин особистого життя або життя соціуму в цілому. В цій площині *ціннісні орієнтації, локус контролю, ступінь оптимізму та активність життєвої позиції* як основні та найважливіші складові життєвої стратегії суб'єкта найтіснішим чином зв'язані між собою.

Виходячи з того, що серед індивідуально-особистісних орієнтацій більшості наших співгромадян, згідно з їхньою самооцінкою, превалює активна життєва позиція, стратегія досягнення, політична й економічна активність, слід очікувати, що саме ці респонденти більш комфортно відчують себе в умовах вітчизняної стабільної кризи. І справді, серед опитаних, які реалізують у житті стратегію досягнення, виявилось майже в чотири рази більше тих, хто природно включився у нову ситуацію, порівняно з тими, хто орієнтований на виживання, прагне плисти за течією життя і задовольнятися тим, що вже має (табл. 2).

Таблиця 2

Міра суб'єктивної пристосованості до теперішньої життєвої ситуації молодих респондентів та респондентів середнього віку залежно від особистої життєвої позиції, 2009 (%)

Варіанти відповіді	Життєва позиція			
	Не дуже напружуватися в житті		Докладати максимум зусиль	
	до 30 років	30–54 роки	до 30 років	30–54 роки
Активно пристосувався до нового життя	8,1	6,4	31,1	26,7
Перебуваю у постійному пошуку	18,9	26,1	43,0	43,1
Живу, як доведеться, чекаю змін на краще	56,8	56,7	15,9	20,2
Важко відповісти	16,2	10,8	10,0	10,0

Слід зазначити, що молодість сама по собі є могутнім чинником, який сприяє ефективнішому включенню суб'єкта в нові ситуації, пристосуванню до нових умов життя, зокрема до кризових або екстремальних. Чим старшим є індивід, тим менш гнучко він реагує на умови життя, що змінилися, тим складніше йому мотивувати необхідність змінювати самого себе, пристосовуючись до нових ситуацій і обставин життя. Дані згаданого дослідження показують, що серед тих, хто активно включився в нове життя, молодих людей у півтора раза більше, ніж у середньому по вибірці, і, відповідно, молоді респонденти в півтора раза рідше відносили себе до групи тих, хто пасивно чекає змін на краще, живе як доведеться. В той же час диференціальна роль прийнятої індивідом життєвої позиції виявляється в цьому випадку набагато сильнішою детермінантою, ніж вік. Так, за результатами згаданого опитування виявилось, що прихильники активної життєвої позиції практично у п'ять разів частіше, ніж респонденти з пасивною життєвою позицією, відзначають високий ступінь своєї пристосованості до теперішньої життєвої ситуації і в три

рази рідше дають відповіді, які би свідчили про небажання пристосовуватися до нових умов життя.

Життєва позиція в узагальненій формі характеризується як певним чином організована єдність духовного і практичного. В духовному плані основою тут виступають ціннісні орієнтації та психологічні особливості суб'єкта. Аксіологічний аспект життєвої позиції визначається вибором суб'єктом цілей дій, прийнятних способів досягнення їх та оцінки результатів. Активна або пасивна життєва позиція, яка визначає ступінь готовності до практичних дій, є ядром життєвої стратегії суб'єкта і її найдостовірнішим критерієм. Найістотнішим в характеристиці різних життєвих стратегій, таким чином, є саме поведінковий компонент. Навіть незалежно від того, в якій мірі суб'єктові справді властива об'єктивно сформована активна життєва позиція, головне значення має його суб'єктивна спрямованість на певний спосіб включення в життєдіяльність. Такий аналіз становить інтерес і сам по собі, і як основа для більш тонкого і складного дослідження взаємозв'язків духовних устремлень, слова і практичної дії.

2.4. Субкультурні репрезентації в молодіжному дискурсі

Функціональний підхід до дослідження субкультур

Хоча саме поняття «субкультура» визначається через зіставлення з культурним мейнстримом, у загальній сукупності досліджень, присвячених феномену субкультур, можна виокремити власну головну течію — молодіжні субкультури. Не випадково у визначенні поняття «субкультура» іноді робиться спеціальне уточнення. Так, у соціологічній енциклопедії читаємо, що це «особлива форма організації людей (найчастіше молоді) — автономне цілісне утворення всередині пануючої культури, яке визначає стиль життя і мислення її носіїв, що відрізняється своїми звичаями, нормами, комплексами цінностей і навіть інститутами» (*Соціологія: Енциклопедія, 2003: 1103*).

Теоретично проблеми молодіжних та інших субкультур розроблені досить ґрунтовно. Деякі дослідники (*Щепанская, 2003*) вважають за можливе говорити навіть про «субкультурну» парадигму, в межах якої досліджуються такі питання, як мультикультурна структура сучасного суспільства, взаємовідносини між різними субкультурами, взаємообмін культурних фондів між панівною культурною традицією і субкультурами, а також між різними субкультурами, співвідношення різних спільнот у межах субкультурного поля тощо.

Метою нашого дослідження є не черговий опис самого феномена, а спроба, бодай у першому наближенні, з'ясувати його особливості в сучасному українському суспільстві. Спираючись на напрацювання одного з провідних теоретиків молодіжної субкультури М.Брейка, який пропонує розглядати субкультурний аналіз як спеціальний інструмент соціологічного дослідження (*Brake, 1985*), ми намагатимемося поєднати фактологічний та інструментальний підходи,

описуючи феномен та визначаючи його роль у соціокультурному просторі¹.

Насамперед визначимося з необхідним теоретичним арсеналом. У різних наукових дисциплінах застосовують різні підходи до вивчення та опису самого феномена субкультур. Його можна досліджувати з позицій системно-динамічного, синергетичного, інформаційного, когнітивістського підходів, із застосуванням реконструктивної або інструктивної парадигми (Слюсаревський, 2002; Соколов, 1999а). Вивчення субкультур здійснюється за допомоги різних теоретичних конструктів. Так, теорія життєвих стилів застосовується для аналізу таких складових субкультури, як символіка, атрибутика, ідеологія; теорія соціальних мереж — для дослідження структури та міжособистісних зв'язків групи; теорія соціальної стратифікації — для визначення місця субкультурної спільноти у структурі соціуму; теорія соціальних конфліктів — для аналізу напруги та протистоянь, що виникають між субкультурною спільнотою і соціальним оточенням; теорії ідентичності — для аналізу історії входження індивідів у субкультурні спільноти.

Залежно від обраного кута зору в центр уваги науковців потрапляють різні характеристики субкультури, які зрештою складаються у систему теоретичних уявлень про феномен. Створення цілісної картини субкультури передбачає пошук відповіді на кілька ключових питань, насамперед визначення природи субкультури (історії розвитку, зв'язків з іншими елементами соціальної структури, смислів, які вона має для потенційних носіїв). Крім цього концептуалізація феномена субкультури потребує дослідження соціальних реакцій на субкультуру; з'ясування історії моральної кар'єри членів субкультури; розкриття принципів соціальної організації субкультури; опису її динаміки (Brake, 1985).

¹ Доцільно згадати, що однією з найпродуктивніших спроб упровадження “субкультурного” підходу стало його застосування для аналізу девіантної поведінки (Whyte, 1943; Cohen, 1955; Cloward, Ohlin, 1960). Щоб зрозуміти принципи функціонування злочинних угруповань, дослідники описували їх соціальну організацію, вивчали особистісні смисли внутрішніх комунікацій для самих учасників. Згодом на цих засадах створювалися спеціальні клуби для молоді, які надавали легітимні можливості для реалізації подібних функцій та смислів.

У межах нашого дослідження найдоцільнішим є розгляд молодіжних субкультур з позицій функціонального підходу. Ключовим тут є тлумачення молодіжної культури як відповіді на певні зміни в соціальній структурі. Контури підходу були сформульовані Т.Парсонсом (*Parsons, 1965*) у дискусії про роль вікових груп у суспільстві. Ґрунтовне розроблення цього підходу здійснено Ш.Айзенштадтом у класичній праці «Від покоління до покоління» (*Eisenstadt, 1956*).

За Айзенштадтом, молодіжна культура здійснює функцію керування переходом від статусу дитини до статусу дорослого. В примітивних суспільствах цю функцію виконує переважно сім'я, проте в сучасних індустріальних суспільствах існує структурний розрив між сім'єю і соціально-економічною системою, в якій молода людина має посісти своє місце. До нових соціальних інститутів, які мають підтримувати різні аспекти процесу соціалізації, належить і молодіжна культура.

Оскільки специфічною груповою ознакою носіїв цієї культури є вік, деякі дослідники вважають, що правильним в цьому випадку буде застосування поняття «молодіжна субкультура» (*Hall, Jefferson, 1976*). Проте, як зазначають самі автори, всередині молодіжної субкультури існують такі цілісні утворення, що виникають у певних історичних умовах, певний час перебувають у фокусі суспільної уваги, але поступово стають дедалі більш розпливчастими і згодом зникають. Для таких специфічних культурних утворень молодіжна культура виступає як «батьківська», бо всі вони виконують ключове завдання — забезпечення чіткого позиціонування молодої людини в соціальному просторі.

Важливим теоретичним конструктом, що був уведений Айзенштадтом, стало поняття «група рівних» (*peer group*). Ідеться про неформальні групи, в яких відсутня ієрархічна статусна структура, а стосунки побудовані на емоційних зв'язках (дружба, відданість). Це спеціальні утворення, які дають можливість молоді поступово здійснити перехід від сім'ї, де емоційні зв'язки не потребують спеціальних обґрунтувань, до економічної системи, позиція в якій формалізована і потребує підтвердження досягнутою кваліфікацією. Група рівних дає можливість поступового дистанціювання

від батьківської сім'ї без втрати емоційної підтримки. Саме ці групи виступають осередками молодіжної культури. Проте вони, на думку Айзенштадта, не продукують нові цінності, а є лише способом знаходження свого місця у світі. Саме через це через молодіжні субкультури люди «проходять», покидаючи їх тоді, коли формують нові системи власних емоційних зв'язків (одруження) та визначають свій професійний та кар'єрний статус.

Молодь прагне набути відчуття стабільності, щоб компенсувати соціальний досвід змін. Вона також намагається підсилити відчуття власної гідності, щоб компенсувати відсутність соціального досвіду влади. Хоча суспільство і створює спеціальні інститути для молоді, вони зазвичай не контролюються самою молоддю. Молодіжна культура (у різних субкультурних формах) забезпечує чіткість ціннісних орієнтирів та поведінкових норм, яких молодь має дотримуватися, незважаючи на реакції зовнішнього оточення (*Eisenstadt, 1956*).

Молодіжні субкультури досліджуються в цьому контексті як вияв протесту молоді та її протистояння зі світом дорослих, що набуває вигляду конфлікту поколінь. Провідним теоретиком цього напрямку є Л.Фоєр, який, перефразуючи відомий вислів з «Маніфесту Комуністичної партії», пише: «Історія всіх суспільств, що існували досі, є історією боротьби між поколіннями... Ця боротьба продовжується безперервно, часом приховано, часом відкрито, вона ніколи не закінчується тріумфом молодих, бо до того часу, як вони перемагають, вони стають людьми середнього віку» (*Feuer, 1969*). Зрештою маємо розвиток тієї самої лінії Парсонса, відповідно до якої предметом дослідження стають особливості «входження» молоді в існуючу соціальну структуру з метою її (структури) відтворення.

З іншого боку, процес входження молоді в соціальну структуру можна розглядати з позицій М.Мід. На її думку, гегемонія конфігуративної трансляції культурного досвіду вже позаду. В умовах глобального об'єднання електронною комунікативною мережею у молоді виникає спільність досвіду, якого ніколи не було у старших (*Мид, 2008*). Виникає новий міжпоколінний розрив, унаслідок якого молодь

відштовхує досвід старших як непотрібний. Саме такий підхід доцільно використовувати для аналізу суспільств, в яких відбуваються складні трансформаційні процеси.

Незалежно від того, які саме складнощі переходу компенсуються завдяки молодіжним субкультурам, можна констатувати, що в межах функціонального підходу вони розглядаються як певний спосіб розв'язання проблем позиціонування молоді в соціальній структурі. Йдеться не про позиціонування у класичних координатах структури, а про визначення свого місця через належність до так званих лімінальних² спільнот, тобто таких, що виникають та існують у неструктурованих частинах соціального простору (*Тернер, 1983*). Такі лімінальні, або, за визначенням Т.Щепанської, екстернальні культури водночас і відчужені від суспільства, і невіддільні від нього. Вони існують у вигляді локальних комунікативних структур, які ґрунтуються на «залишках» від тих норм та символів, які утворюють основну культуру (*Щепанская, 1993*). В межах цих структур творяться специфічні, локальні міфології, а члени спільноти набувають відчуття значущості через прилученість до специфічного сектору знання.

Як бачимо, в межах функціонального підходу можна акцентувати увагу не тільки на дослідженні функціональної ролі інститутів у підтриманні соціального порядку, а й на способі функціонування інститутів для своїх членів. Тоді предметом дослідження стає значення молодіжних субкультур для молоді, яка створює ці культури для себе (*Frith, 1984*). Відповідно, дослідження переходить у площину аналізу зв'язків субкультури та соціальної ідентичності, наголос переноситься на можливості інтерпретації персоналізованих версій проблеми позиціонування в соціальній структурі. Слід зважити на те, що на відміну від мейнстриму, який ми не обираємо, долучення до тієї чи іншої субкультури передбачає певний вибір. Саме наявність такого вибору дає підстави говорити про субкультурну самоідентифікацію, яка переважно ґрунтується не на подібності, а на відмінності (*Glazer, Moynihan, 1970*).

² Від лат. *limen* — поріг.

Проблемність позиціонування є досить складним феноменом, який формується внаслідок дії різних соціальних та психологічних складових. Одним із ключових моментів є внутрішня суперечливість самого статусу молодої людини, який містить дилеми «залежності — незалежності», «виокремлення — визнання» тощо. Залежність від дорослих, які намагаються контролювати навіть способи проведення вільного часу, має поєднуватися із прагненням молодої людини до незалежності, бажання ствердження індивідуальності через виокремлення серед інших має бути підкріплене через визнання цієї індивідуальності загалом. Напруга, що виникає внаслідок такого кшталту суперечностей, створює особистісний дискомфорт, який суттєво пом'якшується завдяки входженню до молодіжних субкультурних спільнот. Цей ефект досягається через відчуття повноцінності свого статусу в межах субкультурної групи, який підтверджується чітким виконанням субкультурних норм (включно з відповідним зовнішнім виглядом, моделями поведінки тощо). Культура не лише пропонує символічно впорядковану модель світу, вона має авторитет, завдяки чому кожен утаємничений досягає злагоди із самим собою, тому що перебуває у злагоді з іншими (*Douglas, 1975*). При цьому функціонально байдуже, які саме культурні форми забезпечують такий ефект — між футбольними фанатами та емо в цьому сенсі немає істотної різниці.

Таким чином, з точки зору функціонального підходу входження до молодіжних субкультурних спільнот забезпечує молоді відчуття належності до соціально значущого життєвого простору, в якому, на відміну від звичайного «широкого» світу, легше підтримувати відчуття впевненості у собі. Можливість самопозиціонування у такій «уявній» реальності забезпечує захист від тиску реальності справжньої.

Попри традиційність для молодої людини проблеми соціального позиціонування як такої, способи її розв'язання можуть бути різними. Загалом вирізняють чотири сфери, в яких слід досліджувати субкультури (*Brake, 1985*). Це «просто молодь», яка взагалі не протиставляє себе мейнстриму, «делінквентна молодь», «культурні бунтівники»,

а також «політизовані та воєнізовані об'єднання молоді», які представляють різноманітні молодіжні рухи³.

Найбільша сфера — це молодь, яка взагалі не включається безпосередньо у субкультурні спільноти. Це — так звана нормальна молодь, що належить до молодіжної культури, але не дотримується специфічних життєвих стилів окремих спільнот. Попри її фактичну відсутність у субкультурному просторі, вона присутня в ньому символічно. «Конформісти» та «нонконформісти» у молодіжному середовищі є взаємно негативними референтними групами. Завдяки можливостям протиставлення не лише за лінією «молодь — дорослі», а й за лінією «молодь — молодь» можливості самопозиціонування збільшуються і покращуються.

Сфери «делінквентів» та «культурних бунтівників» утворюються у різних частинах соціального простору. Дослідження свідчать, що молодь із нижчих соціальних верств частіше самоідентифікується та самостверджується у межах так званих квазіделінквентних вуличних субкультур, типовою для яких є агресивна антисоціальна поведінка. Натомість молоді люди, що походять із середнього класу, схильні радше до культурного бунту, який відтворюється у квазібогемних субкультурах, що формуються в середовищі учнівської молоді.

Обидва типи молодіжних субкультур існують вже тривалий час і відтворюються в різних соціально-культурних умовах. Скажімо, урбаністичні угруповання молоді, які формувалися на принципах сусідства і контролю над територією, виникли як базові одиниці утворення молодіжної культури ще наприкінці XIX сторіччя. В Англії, наприклад, субкультура «хуліганів» як символ делінквентної молоді з бідних верств увійшла до картини світу масової буденної свідомості після численних арештів молодих людей за буйну поведінку та напади на поліцію ще у 1898 році (*Pilkington, 1994*). І хоча наразі форми існування субкультури змінилися, соціологічне опитування з визначення толерантності британсь-

³ Слід зауважити, що ідеологізованість та воєнізованість притаманні не лише молодіжним рухам. Ці ознаки можуть характеризувати і молодіжні субкультури.

кого суспільства, здійснене у 2009 році, підтвердило, що група, яка викликає «найбільшу відразу» серед населення, — це «чавси» («chavs»)⁴, які є своєрідними нащадками колишніх «хуліганів». Цю групу назвали найнеприємнішою 60% британців⁵. Про «помітність» їх у соціумі свідчить, зокрема, те, що у музеї мадам Тюсо британський прем'єр Тоні Блер зображений у вигляді чавса — у спортивному костюмі, кепці, із золотими ланцюгами.

Певні аналогії можна спостерігати у молодіжній поведінці і в інших культурних контекстах. Скажімо, в Росії XIX–XX сторіччя у численних етнографічних дослідженнях описана традиція сільських і міських бійок, які давали вихід агресивній поведінці. Вуличні молодіжні об'єднання, спрямовані на екстремальну діяльність, пов'язану з міжгруповими конфліктами, були поширені у різних містах Радянського Союзу. Згодом саме на цій основі у 1990-х формувалися «бригади», які перетворилися на елемент кримінальної субкультури. Зараз зменшилася тенденція до криміналізації, але посилилася тенденція до «ідеологізації» неформальних об'єднань, які тяжіють до агресивної конфронтації з представниками інших етносів (Головин, Лур'є, 2005; Громов, 2006). Водночас існують і субкультурні утворення, аналогічні вищезгадуваному «чавсам». Це відомі загалом під назвою «гопники», або «гопота», вуличні об'єднання молоді.

Що ж до субкультур квазібогемного типу, то їхня сучасна актуалізація пов'язана передусім зі змінами у становищі молоді в суспільстві пізнього модерну. Не спиняючись на ретельному аналізі чинників, що впливають на проблеми самоідентифікації молоді саме в цей історичний період (див.: *Youth culture*, 1995), підкреслимо лише ключові моменти, важливі для подальшого аналізу. Головним із них є втрата усвідомлення молодими людьми чіткої межі між гру-

⁴ Точна етимологія слова “с havs” невідома. Припускають, що воно походить від Cheap And Vulgar (дешевий та вульгарний) або від Council House And Violence (мешканці дешевого муніципального житла).

⁵ Вибірка становила 3000 осіб, результати оприлюднені на сайті BBC у вересні 2009 року (див. http://www.bbc.co.uk/russian/uk/2009/09/090904_britain_tolerance_survey.shtml).

пою молоді і групою дорослих. Завдяки швидкості та широким можливостям набуття знань молодь формує власне уявлення про те, що означає бути дорослим, ігноруючи відмінності між молодістю і зрілістю. Водночас зменшується тиск норм і традицій, знижується авторитетність батьків як об'єктів ідентифікації, втрачається жорсткість у відтворенні молоддю батьківського способу життя. Натомість актуалізується проблема вибору як така, зокрема і проблема вибору ідентичності.

Водночас для сучасної людини цей вибір не обов'язково стає питанням глибокої персональної ідентифікації. Як слушно зауважує Л.Іонін, постмодерн повернув людині множинність світів, але це тепер її власна множинність, не нав'язана ані Богом, ані природою. Відповідно і перехід з одного світу до іншого — предмет більш-менш вільного вибору (Іонін, 2000). Зокрема для молоді виникає можливість конструювання самоідентичності у межах «нетрадиційних» солідарностей, які репрезентують варіанти альтернативних форм соціальної реальності. Завдяки цьому розширюється простір самоідентифікації у формах, відмінних від ролей та очікувань, «приписуваних» традиційними агентами соціалізації (сім'я, школа). Можливості, які надають для цього субкультурні об'єднання, досить різноманітні.

Загалом молодіжні субкультури утворюють не ізольовані анклавні, а специфічне соціальне середовище, певний конгломерат груп, між якими досить чітко вирізняються «свої» та «чужі». Тобто, з точки зору конструювання самоідентичності, молода людина проходить принаймні два етапи. На першому здійснюється вибір між «нормативним» і «неформальним» середовищем. Надалі залежно від мотивації першого вибору та сукупної дії комплексу різних зовнішніх чинників відбувається безпосереднє входження в ту чи іншу молодіжну спільноту із власною самоназвою та самосвідомістю.

Нарешті останній важливий вихідний момент дослідження молодіжних субкультур пов'язаний із типом взаємин у системі «основна — екстернальна культури». Т.Щепанська запропонувала виокремлювати три можливі стани, пов'язані із різною роллю екстернальних культур: «ізолят»,

«джерело», «інверсія» (*Щепанская, 1993*). Для стабільних суспільств характерна ізоляція екстернальних культур, їх визначення як нелегітимних, несприйняття громадською думкою і навіть переслідування. В моменти суспільних трансформацій екстернальні культури «нормалізуються», їх навіть можуть розглядати як джерело нових цінностей. Зрештою може відбутися інверсія, те, що було нормами та принципами виключеної культури, стає основою нового впорядкування суспільства.

З цієї загальної схеми нас цікавить насамперед той стан системи «основна — екстернальна культури», який характерний для суспільств перехідного типу. Наразі українське суспільство переживає етап, на якому формування та функціонування субкультур визначається сукупною дією кількох чинників. По-перше, відбувається перехід від панування універсалістської радянської культури, за якого публічна репрезентація специфічних культурних стилів була не тільки недоречною, а й небезпечною, до можливостей розгортання і реалізації нових культурних моделей, їх публічної презентації. По-друге, це етап, на якому актуалізується не лише конфігуративне, а й префігуративне передавання культурного досвіду, що надає молодіжним спільнотам особливого значення як джерелу інформації. По-третє, загальна рухливість соціальної структури і мінливість соціальних феноменів у трансформаційних умовах створюють умови для узвичаєння субкультурної ідентичності. Субкультури втрачають ознаки унікального феномена і стають звичним елементом повсякденності. Альтернативним тепер може бути не лише вибір такої ідентичності, а й відмова від неї.

Методи спостереження за субкультурними утвореннями

Визначившись з теоретичною платформомою, схарактеризуємо коротко методи дослідження. Специфіка феномена субкультур, наявність всередині субкультурних утворень багатоманітності ознак, які не зводяться до єдиної системи, вкрай ускладнює здійснення в перебігу їх вивчення узвичаєних наукових процедур, наприклад типологізації. На думку деяких дослідників, струнку класифікацію субкультур неможливо побудувати (*Луков, 2002*).

На сьогодні більшість досліджень молодіжної культури пов'язані з використанням якісних методів, інколи підтриманих кількісним матеріалом. Головним засобом дослідження субкультур була і залишається етнографія. Відомості про спільноти збираються в межах включеного спостереження, бесід з їхніми представниками, вивчення фольклору тощо. Крім того для дослідження особливостей сприйняття субкультури та ставлення до неї з боку мейнстриму залучаються матеріали преси, в яких зазвичай відтворюються найпоширеніші стереотипи щодо цього явища, які побутують у масовій свідомості. З цією ж метою можна використовувати і матеріали масових опитувань громадської думки.

Водночас положення субкультурної теорії часто піддаються критиці саме через обмеженість використовуваної теоретиками емпіричної бази та застосування в аналізі матеріалів медійного дискурсу, в якому субкультури вже попередньо «ярликовані» (Омельченко, 2000). Така критика в певному сенсі справедлива, оскільки справді неможливо створити адекватну картину субкультури, дивлячись на неї лише в контексті самоописів або лише через її проекцію у зовнішньому сприйнятті. Однак слід зауважити, що можливості застосування інших методів для вивчення субкультурних феноменів також обмежені. Зважаючи на мінливість та рухливість субкультурного простору, його контекстуальність, дистанційованість від мейнстриму чи навіть протистояння йому, а також значні відмінності й навіть протистояння цінностей та інтересів представників різних субкультур, кількісні методи дослідження можна використовувати для аналізу цього феномена лише у разі збігу певних обставин, наприклад, коли йдеться про активне зростання кількості представників певної молодіжної субкультури в умовах мегаполісу.

Певною мірою обмеження якісних методів щодо можливостей робити на основі набутих відомостей масштабні узагальнення долається шляхом порівняння інтерпретацій, отриманих на різному матеріалі або здійснених у контексті різних теоретичних перспектив. У межах субкультурного простору здійснюються різні розвідки, його дослідників позначають як «туристів», які переважно мандрують за

визначеними власними дисциплінарними інтересами адресами (*Youth culture*, 1995). Мета мандрівки й визначає насамперед засоби збирання інформації.

У нашому дослідженні для загального опису стану молодіжного субкультурного простору в Україні ми використували аналіз матеріалів засобів масової інформації та результати масових опитувань. Отримані дані дали можливість оцінити хоча б у загальних рисах картину реальної залученості молоді до субкультурних спільнот, визначити ті сюжети, які найчастіше асоціюються з молодіжними субкультурами у масовій свідомості, та з'ясувати ставлення до молодіжних субкультур з боку державних інституцій. На основі отриманих в такий спосіб відомостей можна визначити явні ознаки функціонування субкультур в соціокультурному просторі сучасної України.

Для виявлення ролі феномена субкультур у забезпеченні процесів соціального самопозиціонування молоді ми вдалися до аналізу молодіжного дискурсу на форумах та чатах, де обговорювалася проблематика субкультур⁶. Серед специфічних характеристик Інтернет-комунікацій слід відзначити можливість збирати інформацію і ділитися нею поза інституціональною владою. Крім того це ідеальний простір для участі в обговоренні тем, що цікавлять людину; тут легко не лише знайти інформацію, а й обговорити проблему з прихильниками або противниками власної точки зору. Можливості залучитися до дискусії не обмежені ані простором, ані часом. Комунікація може відбуватися не лише в реальному часі й до того ж може тривати і розвиватися доти, доки з'являтимуться ладні висловити власне ставлення до обговорюваних проблем. Отже, ми можемо отримати інформацію про субкультури як від молоді, належної до різних субкультурних спільнот, так і від тих, хто не є їх учасниками, але виявляють зацікавленість до цього феномена. Учасники обговорення, визначаючи своє ставлення до субкультур, розкривають функціонування їх як систем координат, сто-

⁶ Можливості аналізу молодіжних віртуальних комунікативних практик вже були нещодавно успішно апробовані для дослідження субкультури фанів (див.: Пипенко, 2006).

совно яких орієнтується молодь у пошуках самоідентичності. Ця частина дослідження була спрямована на те, щоб виявити латентні ознаки функціонування феномена, те, що не схоплюється на рівні масової свідомості, але реально впливає на процес самоідентифікації молоді.

Ідентифікація молоді у субкультурному просторі

Аналіз отриманих у дослідженні результатів почнемо з оцінки загальної поширеності феномена, реальної залученості молоді до участі в субкультурних спільнотах. Більш-менш реальну оцінку того, наскільки молодіжні субкультури «помітні» в молодіжному середовищі, можна дати, спираючись на дані соціологічного опитування «Становище студентської молоді», проведеного Державним інститутом розвитку сім'ї та молоді разом з Українським інститутом соціальних досліджень у грудні 2008 року⁷. Виявилось, що близькими для себе вважають ті чи інші молодіжні субкультури усього 10% опитаних. Хоча у презентованих даних не уточнено, в який спосіб сформовано перелік субкультур, його неповнота і суперечливість дають підставу припустити, що йдеться власне про те, що вказали в анкеті самі респонденти, називаючи близькі молодіжні групи. Загальна картина виглядає таким чином (табл.1).

Виходячи з наведених даних, проблема впливу молодіжних субкультур на молодь взагалі може здатися штучною. Як бачимо, реально контактує з ними незначна частка молоді. До того ж не всі, хто відчуває певну прихильність, усвідомлюють, до кого саме вони близькі, про що свідчать відповіді «не пам'ятаю». Насправді вважають себе повноправним членом певної групи лише 2,4% від загальної кількості опитаних. Частіше йдеться про спілкування з членами таких груп (4,7%), збіг власних інтересів і цілей з цілями та інтересами відповідних груп (4,3%), симпатію до групи (3,9%), подіб-

⁷ Опитано 5103 респондентів — студентів II–VI курсів вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації з усіх областей України, АР Крим та міста Києва. Стандартні відхилення при достовірних 95% і співвідношенні змінних від 0,1 : 0,9 до 0,5 : 0,5 становлять 0,84–1,40% (таблиці одновимірних розподілів доступні на сайті: www.osvita.org.ua/news/41871.html).

Таблиця 1

Міра близькості до молодіжних груп, членів яких об'єднує спільність інтересів, стилю життя тощо (N=5103, %)

<i>Молодіжні групи</i>	<i>Відсотковий розподіл</i>
Рокери	2,6
Геймери	1,5
Готи	1,2
Емо	0,7
Репери	0,5
Панки	0,4
Толкієністи	0,4
Фани футболу	0,4
Байкери	0,2
Клаббери	0,2
Націоналісти	0,2
Хіп-хоп	0,1
Хіпі	0,1
Рідновіри	0,1
Неформали	0,2
Не пам'ятаю	1,2

ність норм та цінностей названої групи до власних (3,9%). Зовнішня атрибутика в цьому списку на останньому місці, лише 1,8% опитаних зазначили, що виглядають як представники цієї групи.

Водночас, називаючи ознаки, які відрізняють представників молодіжних субкультур від інших груп, молодь на перше місце ставить саме атрибутику, відсуваючи як менш значимі ознаки наявність власних традицій, гумору, мови (табл.2).

Загалом даних соціологічних досліджень, які б виявляли реальну залученість молоді до певних молодіжних субкультур, небагато. Російські соціологи, що вивчають неформальні молодіжні групи, спираючись на результати масових опитувань московських старшокласників, показали, що кількість старшокласників, які відносять себе до тих чи інших неформальних груп, швидко зростає. Так, у 2002 році засвідчили свою належність до таких груп 23,1% учнів 9–11-х кла-

Таблиця 2

Ознаки, що відрізняють одні молодіжні групи від інших (%*)

<i>Ознаки</i>	<i>Серед тих, кому близькі молодіжні групи (N=515)</i>
Свій стиль одягу	61,4
Свої цінності	59,7
Свої норми поведінки	46,2
Свої традиції	39,8
Свій гумор	33,6
Своя мова (сленг)	28,7
Інше	5,7
Таких ознак немає	2,7

*Сума відповідей респондентів перевищує 100%, тому що респондент міг обрати **всі** варіанти відповідей, які йому підходять

сів, а у 2005 році позитивну відповідь на це запитання дав практично кожен другий опитаний (47,6%) (Собкин, Федотова, 2009). Як бачимо, різниця з українськими даними досить відчутна. Проте пряме зіставлення результатів цих досліджень неможливе, з огляду принаймні на три обставини. По-перше, через різний вік учасників опитування: підлітки ідентифікують себе з неформальними групами загалом частіше, ніж молодь старшого віку. По-друге, через місце проведення дослідження: чим більше населений пункт, тим більше субкультурне розмаїття, причому найрізноманітніші та найпоширеніші субкультури саме у мегаполісах, до яких належить і Москва (Сергеев, 2003). Зокрема опитування, проведене влітку 2009 року в Краснодарі, показало, що лише 1,7% респондентів віднесли себе до активних членів тих чи інших неформальних груп (*Молодежь Краснодарского края*, 2009). По-третє, не було прямої відповідності у переліках неформальних груп. У московському опитуванні вказано більше груп, зокрема найчастіше підлітки відносили себе до групи екстремалів, ґрунтуючись на своїх спортивних уподобаннях (скейт, ролики тощо). Загальний розподіл підлітків за неформальними групами виглядає згідно з московським опитуванням так (табл.3).

Таблиця 3

Частка московських старшокласників, які відзначили свою належність до різних молодіжних груп, 2005 (N=2010, %)

<i>Молодіжні групи</i>	<i>Відсотковий розподіл</i>
Екстремали	15,1
Репери	10,7
Футбольні фанати	8,6
Панки	7,3
Металісти	4,3
Графітники	3,9
Альтернативники	3,8
Растамани	3,4
Толкієністи	3,1
Скінхеди	2,6
Ґоти	2,6
Хіпі	2,0
Байкери	1,7
Інші групи	4,0

Показовим, до речі, є той факт, що в опитуванні 2005 року взагалі не згадуються емо, які наразі є чи не наймасовішою субкультурою саме підліткового віку. Хоча субкультура зародилася у США ще у 1980-ті роки як модифікація панку та хардрок, в якій акцент було зміщено з вияву енергії на вияв емоцій, у пострадянському просторі вона поширилася лише останніми роками та швидко набула статусу небезпечної і небажаної. В Росії, зокрема, субкультуру емо разом із низкою інших субкультур (зокрема ґотів) визначено як об'єкт соціального регулювання, що відбилося у «Концепції державної політики у сфері духовно-морального виховання дітей в РФ і захисту їх моральності», яка передбачає, наприклад, необхідність законодавчо заборонити появу «в державному або муніципальному освітньому закладі, закладі середньої та вищої професійної освіти учнів або інших осіб у явно впізнаваних і таких що очевидно ідентифікуються макіяжі, одязі та атрибутиці ґотів та емо» (*Емо и готы*, 2008).

Російська державна політика щодо молодіжних субкультур досить чітко спрямована на використання їх як інструменту впливу на формування нормативної ідентичності. Те, що

не вкладається в цю схему, засуджується як чуже і небезпечне. Така доля спіткала і вже згадуваних емо та готів, популярність яких, на думку лідера руху «Росія Молода» Максима Міщенко, загрожує втратою власної ідентичності. Обґрунтовуючи необхідність їх заборони, лідер молодіжного крила Єдиної Росії попереджає: «Для того, щоб зберегти народ, зберегти нашу державу, нам потрібно триматися за традиційні цінності, за культурну ідентичність. Це зрозуміло і цілком природно, тим паче, що ворожі сили намагаються цю культурну ідентичність всіляко підірвати» (*Емо и готы*, 2008).

Те, що не потрапило під рубрику ворожого, в межах державного регулювання намагаються перевести у розряд корисного. Втрата головного колективного регулятора молодіжних соціальних практик — комуністичної спілки молоді (комсомолу) — актуалізує намагання використати субкультурні форми як провідників цінностей мейнстріму. Прикладом такого використання є, наприклад, проект «Битва за респект», в межах якого проводився спільний конкурс телеканалу Муз ТВ і уряду Росії, метою якого було залучення представників молодіжних субкультур (реперів, хіп-хоперів, графітників) до пропаганди здорового способу життя. Призи переможцям вручив особисто прем'єр-міністр В.Путін. У своєму виступі він наголосив, що хоча графіті, реп та брейк-данс — явища іноземного походження, і це не всім подобається, слід зважати на те, що зараз час взаємопроникнення культур і звичаїв, і будь-яке явище, незалежно від походження, заслуговує на підтримку держави, якщо є «талановита форма і творчий зміст», проте додав, що «люди, які у нас займаються цим видом мистецтва, вносять свій російський шарм» (*Владимиру Путину*, 2009).

Очевидно, що сам шлях законодавчого регулювання субкультурного поля дещо сумнівний, хоча молодіжні неформальні об'єднання справді мають не лише асоціальну, а й почасти антисоціальну спрямованість, яка не може залишатися без реагування з боку держави. Можна припустити, що, за типологією Т.Щепанської, в сучасній Росії деякі молодіжні субкультури у взаєминах з основною перебувають у стані «ізолята», інші — у стані «джерела».

Українські реалії відчутно відрізняються в цьому сенсі від російських, насамперед через фактичну «непомітність»

молодіжних субкультур у суспільному дискурсі. Незважаючи на те, що 2009 рік в Україні оголошено Роком молоді, у плані заходів, що мали відбутися в країні, представники субкультур взагалі не згадувалися. В цьому році в Україні відбулося лише два заходи для молоді, що належить до субкультур⁸. У Луганську пройшов вже другий обласний фестиваль молодіжних субкультур «Groove-Схід-Fest», у програмі якого були змагання хіп-хоперів та стріт-дансерів, графітників та майстрів боді-арту, альтернативна музика та реп, а також змагання представників екстремальних видів спорту. У програмі аналогічного міжнародного фестивалю субкультур, який відбувся за підтримки облдержадміністрації Тернополя — лицарські турніри та автослалом. Отже, можна констатувати, що увага до молодіжних субкультур з боку державних органів присутня лише в окремих регіонах і набуває головним чином форми підтримки творчої молоді.

Дуже мало представлена проблематика субкультур і у медійному дискурсі. У нечисленних публікаціях, присвячених молодіжним субкультурам, переважно йдеться про прояви ксенофобії на етнічному, расовому, релігійному і навіть політичному ґрунті. Характерним прикладом може слугувати одна з публікацій на цю тему, що вийшла під назвою «Країна почала звірити», присвячена вбивству в Одесі у квітні 2009 року представниками «червоних скінхедів» активіста українського патріотичного молодіжного руху «Січ»⁹. Увагу журналістів привертають насамперед вияви антисоціальної, конфліктної поведінки представників субкультур, зіткнення між представниками різних субкультурних спільнот, матеріали про небезпеку, яку може нести участь у таких об'єднаннях для підлітка. У популярних загальноукраїнських часописах дуже рідко з'являються матеріали, які б знайомили читача з розмаїттям субкультурних спільнот. Скажімо, у «Дзеркалі тижня» з моменту започаткування видання у 1994 році з'явилося лише дві невеличкі статті

⁸ Підкреслимо, що йдеться про заходи саме з участю державних структур. Ми не розглядаємо форми спілкування представників різних субкультурних спільнот, які ініціюються на рівні самих цих об'єднань (зльоти байкерів, фестивалі готів та ін.).

⁹ Доступно на сайті: <http://vovremya.info/art/1240318339.html>.

про молодіжні субкультури в Україні. У матеріалі 1997 року йшлося про те, що в українському суспільстві склався несприятливий клімат для розвитку повноцінних молодіжних субкультур, що сприяє їх криміналізації. Цю ж тенденцію часопис прогнозував і на найближче майбутнє. У 2005 році видання констатувало, що на молодіжні угруповання нарешті стали звертати увагу не лише міліція, а й журналісти та культурологи. Вже визнавали масштабність субкультурної картини великих міст, в яких зароджуються андеграундні рухи. Найбільше вони представлені у столиці, де насамперед відтворюються популярні у світі, але нові для нашої країни специфічні субкультурні спільноти, наприклад, на кшталт руху «urban exploration» (дослідників урбаністичних об'єктів). Проте наразі навіть у Києві молодіжні субкультури не розвилися до таких масових і системних форм, як у Москві.

Отже, в українському суспільному дискурсі молодіжні субкультури представлені настільки спорадично, що немає сенсу говорити ані про «ізоляцію», ані про якісь інші стани. Проте, оскільки сама по собі їх присутність не заперечується мейнстримом, для молоді вони залишаються можливими каналами для здійснення самоідентифікації. Відповідно соціологічне дослідження доцільно зорієнтувати не на явні, а на латентні функції субкультур, які, хоч і не набувають масового поширення, але стало відтворюються у молодіжному середовищі. Надалі ми спробуємо розглянути молодіжні субкультури з функціональної точки зору щодо їх значення для підтримки процесів самопозиціонування.

Позиціонування молодіжних субкультур в Інтернеті

Емпіричний матеріал для аналізу становитимуть матеріали молодіжних форумів з українських сайтів¹⁰, на яких

¹⁰ Проаналізовано 17 українських сайтів великих та малих міст, ВНЗ, спільнот за інтересами. Перелік використаних сайтів: <http://www.litforum.net.ua>; <http://forum.qtv.com.ua>; <http://forum.x-city.com.ua>; <http://hatanm.org.ua>; <http://forum.ztu.edu.ua>; <http://smela.org>; <http://uain.us>; <http://prostochat.org.ua>; <http://ua.mylivepage.com>; <http://www.plast.org.ua>; <http://www.forum.vin.com.ua>; <http://www.melitopol.com.ua>; www.krivoyrog.biz; molod.dubno.com.ua; <http://forum.mypinsk.com>; hardtechno.at.ua.

обговорювалися теми молодіжних субкультур. Поряд з тим для аналізу ставлення до молодіжних субкультур було використано матеріали сайту www.lovehate.ru, де з 1999 року постійно діють форуми, на яких можна висловити своє ставлення до неформалів загалом та представників конкретних молодіжних субкультур. Сам факт їх безперервного поповнення дедалі новими повідомленнями свідчить про те, що вияв ставлення до таких груп є постійною ознакою молодіжного культурного середовища і використовується як елемент соціального самопозиціонування молоддю. Показовою є і статистика сайту. Найбільше суперечливих оцінок отримує група гомосексуалів («голубих»), причому кількість тих, хто висловлюється щодо них позитивно, перевищує кількість їхніх противників (індекс 1,23). Тема неформалів менш популярна, але постійно входить до десятки найпопулярніших тем сторінки. Причому переважає позитивна оцінка феномена (індекс 2,57). Крім того активно обговорюють представників асоціальних субкультурних спільнот — скінхедів та гопників. За статистикою сайту щодо них переважають негативні оцінки (відповідні індекси 0,32 та 0,22).

Коло обговорюваних на форумах проблем охоплює таку низку питань: «Чи є в нашому місті взагалі неформали?»; «Яка з субкультур переважає в нашому місті?», «Чи належите Ви до якоїсь субкультури? Які Ваші погляди?»; «Ваше ставлення до субкультур?». Частина дискусій відбувалася в режимі реального спілкування, на інших форумах учасники висловлювали власну думку незалежно, але мали можливість відреагувати на всі попередні повідомлення. Серед учасників обговорення були представлені як неформали, так і молодь, не залучена до субкультурних спільнот. Проаналізований корпус текстів показав типовість і постійну відтворюваність обговорюваних сюжетів, тому в подальшому викладі ми будемо оперувати висловлюваннями учасників узагальнено, без посилання на конкретні форуми¹¹.

¹¹ Висловлювання учасників форумів наводяться із збереженням мови та стилістики оригіналу. Не завжди це відбиває мовну ідентичність респондентів, оскільки серед правил сайтів www.uain.us та www.lovehate.ru є вимога писати лише російською і спеціально зазначено, що для українців окремої сторінки немає.

У процесі аналізу матеріалів віртуальних дискусій було виокремлено 4 головні суб'єкти молодіжного культурного поля, між якими існують суперечливі стосунки. До цих суб'єктів належать: молодь, що не входить до субкультурних спільнот (представники субкультур позначають їх як «нормалів» або «цивілів»); молодь, яка імітує належність до тої чи тої субкультури через прийняття її зовнішніх ознак, але не відчуває внутрішньої спорідненості з нею (так звані позери); представники субкультур, які умовно можна віднести до квазібогемних (так звані неформали в різних формах — «ґоти», «емо», «рольовики» тощо) і представники антисоціальних (квазіделінквентних) субкультур («скінхеდი», «гопники» тощо). Надалі ми розглянемо лише головну опозицію між молодіжним загалом та представниками молодіжних субкультурних спільнот¹².

Аналіз дискусій на форумах дав підстави констатувати їх паралельне розгортання у двох напрямках, які умовно можна позначити як інформаційний та оцінний. Інформаційний напрям охоплює питання поширеності субкультур, їхніх структури, ідеології, практики та моделей поведінки. Зацікавленими учасниками такого обговорення є насамперед молоді люди, що не входять до субкультурних спільнот, але цікавляться їхнім існуванням. Показово, що часто такий обмін інформацією відбувається поза участю представників субкультурних спільнот. Різноманітною інформацією про субкультурні спільноти, набутою з різних джерел (ЗМІ, розповіді знайомих, особистий досвід спостереження або взаємодії з представниками субкультур), обмінюються ті, хто цікавиться проблемою так би мовити «ззовні». Інформаційне поле поповнюється і учасниками різних субкультурних об'єднань, без яких досить складно з'ясувати наприклад, питання мотивації входження до різних субкультур. Тоді на форумах з'являються прямі звернення на кшталт: «Питання до неформалів: Яка ідея у тому, що ви вступаєте

¹² Ми свідомо не заторкуємо в нашому аналізі тему агресивних протистоянь, яка взагалі є однією з провідних у взаєминах між усіма виокремленими суб'єктами. Її аналіз має свою специфіку і потребує спеціального теоретичного обґрунтування, що виходить за рамки поставлених нами завдань.

у субкультури? Тобто, що саме вас штовхає стати емо, готом і т.д.? Тільки не треба мені статей з Вікіпедії, а особисту думку!» Інколи інтерес переводиться у практичну площину, і тоді до представників субкультур звертаються із запитанням: «Какую пользу она вам приносит? Ведь если ты считаешь себя принадлежащим к какой-то субкультуре, значит ты видишь в ней какую-то перспективу?»

Сама наявність в обговореннях інформаційної складової є певним свідченням того, що в молодіжній свідомості триває процес узвичаєння феномена субкультурної ідентичності. Субкультури попри притаманні їм ознаки унікальності розглядаються як звичні елементи повсякденності, про які слід мати певне уявлення, щоб орієнтуватися в навколишньому середовищі. Ситуацію добре ілюструє один із текстів: «Пишу сей пост, сидя в фойе универа. Только что мимо прошли какие-то патлатые чуваки в косухах и берцах. Рядом сидят первокурсники с филфака с проколотыми ушами, на коленях сумка, на которой ручкой накалякано КОЯН. А вон там, чуть дальше, сидят две девчонки в темных одеждах, с нашивками на попах, со стандартными черными рюкзаками за спиной. И почему на меня косо смотрят? Может, потому, что я вся из себя такая гламурная сижу». Отже, в сучасних умовах можливі ситуації, коли не присутність, а відсутність ознак неформальності стає джерелом дискомфорту.

Крім того ця частина обговорення сприяє тим, хто перебуває у пошуках власної ідентичності. Бо врешті сам процес входження до певної субкультури потребує створення певного інформаційного підґрунтя. Як написав один з учасників: «Я взагалі-то хочу стати готом, після того, як взагалі дізнався про цих людей... Я побачив багато схожого між мною і ними. Я відчув, що мені пора зняти маску і стати самим собою, тобто готом». Досить характерним є закінчення цього посту: «Але що мене здивувало, що більшість моїх друзів не хочуть, щоб я туди йшов». Воно фіксує необхідність перетину певної межі, що розділяє представників молодіжних субкультур і решту молоді. Ця межа визначає можливості самопозиціонування представників обох таборів через протиставлення один одному. Його суть і напрямки

можна визначити, аналізуючи другу частину дискусій — оцінну.

Вона присвячена виявленню ставлення (позитивного чи негативного) до субкультурних спільнот. Аналіз представленого в обговореннях матеріалу підтверджує складність соціокультурного поля, в якому окремі спільноти пов'язані системою суперечливих і мінливих стосунків. Субкультурна ідентичність підтримується всередині субкультурного простору єдністю з представниками споріднених спільнот і протистоянням щодо спільнот з відмінними орієнтаціями, водночас єдність усіх неформалів ґрунтується на протиставленні культурному мейнстриму.

Попри тенденції легалізації та легітимації субкультур, які ґрунтуються на альтернативності сучасного соціокультурного простору, навряд чи можна говорити про толерантність загалом щодо представників субкультур як ознаку часу. Протиставлення «Ми — Вони» було і залишається ключовим, і саме воно визначає типові вектори тяжіння та відштовхування між головними елементами соціокультурного поля.

Головний виокремлений вектор вказує на протиставлення «нормалів», або «цивілів», які не потребують спеціальних форм самовираження, і «неформалів» («нефорів»), які вособлюють альтернативність мейнстримові. Відповідно, для представників обох груп виникає можливість самопозиціонування через протиставлення. З точки зору «нормалів», належність до субкультури може символізувати прагнення компенсувати невдачі соціальної ідентифікації, бо «людина без комплексів, яка займає нормальне чи лідируюче положення в суспільстві, ніколи не стане готом, металістом чи емо, бо їй це не потрібно, вона і так має своє середовище спілкування, і самостверджуватися за допомогою рожевих кофтинок їй немає сенсу».

Натомість для «неформала» сама по собі нормальна або лідерська позиція в суспільстві не є цінною, бо «люди, які стають неформалами за покликом душі, мають лише один комплекс — “суспільний”, тому і протиставляють себе суспільству усіма можливими способами... Їх в біса дістало як і саме суспільство, так і його правила, норми та общественное мненіє».

Субкультурна ідентифікація оцінюється й у віковому розрізі. Представники загалу вважають, що це припусти-ме явище на початкових етапах соціальної адаптації: «Неформальность — очень хорошо в 15 лет. Просто отлично. В 17 лет всё ещё неплохо. Лет в 18–19 — ничего. Но если дальше нет прогресса, то система тебя переработает, съест и выплюнет». Відповідно, й оцінка субкультурної ідентичності різна. З одного боку, загал легше сприймає підліткові захоплення, зважаючи на те, що «поскольку это возрастное, то ненавидеть это всё равно что ненавидеть подростков только из-за прыщей». Як написав один з учасників дискусії: «я к ним как-то скептически отношусь, такое ощущение, что люди никак переходный возраст не переживут». З іншого боку, стосовно старших представників субкультурних спільнот толерантності значно менше: «когда здоровые лбы из какого-то протеста что ли, носят эти уродские косухи зимой и летом, борются против “системы” и кричат о том, как они ненавидят “стадо”, это уже даже не смешно... ненавижу я не школьников-неформалов, а тех, кто в почтенном возрасте такой фигней страдает».

Неформали, своєю чергою, заперечують, що їхня ідентичність є похідною від вікових проблем, позиціонуючи себе як людей з особливим світобаченням: «неформалами не стають а народжуються... це все лише тому, що кличе душа... неформал — це не той, хто по шмоткам тупими виділяється, а хто в серці є ним... неможливо сказати “я була неформкою, но ща я гламур” — значить ти нею не була, це були понти...» Характерно, що серед представників цієї спільноти існування старших за віком неформалів якраз і доводить таку «справжність». Вирізняють навіть спеціальну групу неформалів «старої закалки», яким далеко за 20–30. Саме вони «действительно имеют право называться неформалами!»

Головна лінія протиставлення, хоч як це дивно, однаково визначається як неформалами, так і формалами. Йдеться про бажання довести власну неповторність через приписування опонентам ознак конформності. Частина неформалів вважають себе «харизматичними особистостями», «героями нашого часу», «пошукачами істини у джунглях бетону і безсердечності» і навіть «пасіонарями» за Гумільовим. Для

них сутність неформальності полягає в тому, що «неформал отличается от других людей иным, нетрадиционным, новаторским взглядом на те или иные вещи, а металлические побрякушки всякий дурак может напялить — это не неформал».

Перелік неформалів, які втілюють для прихильників молодіжних субкультур ідею неповторності та унікальності досить різноманітний. По-перше, це постаті, які символізують творчу неординарність: мислителі та митці. При цьому важливою є не стільки тема протиставлення індивіда і суспільства, як тема творця. Відповідно, серед названих учасниками форуму неформалів мирно співіснують Діоген та Ніцше, Леонардо Да Вінчі та Галілей, Коперник та Айнштайн, Лобачевський та Грибоедов, Пушкін та Мілер. Інша лінія позиціонування акцентує тему протистояння непересічної особистості і буденності, яке весь час відтворюється в суспільстві. Як написав один з учасників, «неформалом можно назвать, допустим, Онегина, который не мог себя найти в том убогом обществе».

Нарешті, остання лінія — це протистояння людини і суспільства. Відповідно учасники форумів серед неформалів називають людей, що кинули виклик системі. Доволі часто як таких згадують тих, хто виступав проти неї за радянських часів. Один із дискутантів, визначаючи неформала, написав, що для нього це «что-то вроде аналога декадента в СССР, человека высокообразованного и со своей собственной устоявшейся точкой зрения на события в мире и сам мир в целом, которому не могут промыть мозги СМИ». Досить показовою є помилка автора, який сплутав декадента і дисидента, оскільки обидва вони уособлюють певний тип протистояння суспільству. Характерно, що прихильники такого розуміння неформальності називають і сучасні епатажні постаті, які заперечують принципи політкоректності і толерантності, наприклад, Едуарда Лимонова або Жана Ле Пена.

В межах такого бачення неформальності «ми» набуває особливої ваги, перетворюючись на «МИ» — **НАЙКРАЩІ!** Як зауважив один з учасників, «не будет неформалов — не будет ярких личностей на нашей планете...»

Водночас сама по собі спорідненість із великими не означає, що всі учасники неформальних спільнот претендують на статус творчих непересічних особистостей, хоча такі безумовно, є. Подеколи на форумі з'являються неформали, які вчаться, на «відмінно», ідуть на червоні дипломи, мають високий IQ і активно спростовують стереотипи про «грязных, невымытых уродов»¹³, підкреслюючи свою багатогранну натуру: «Практически все мои знакомые неформалы регулярно бывают в консерватории, считая, что энергетика классической музыки превосходит любую другую. При этом ничто не мешает им пить портвейн в подворотне, попутно рассуждая о проблемах религии или о теории марксизма-ленинизма».

Водночас інші учасники субкультурних спільнот, не обтяжені значним культурним багажем, прагнуть підсилити значущість власної самості за допомоги тих засобів, які їм доступні. Досить прозоро висловив це один з дискусантів: «Многие великие личности были неформалами, просто тогда еще самовыражались они не за счет “прикида”».

Що ж до сучасного пересічного неформала, він не соромиться відверто визнати, що його скеровує саме бажання вирізнитися: «Сколько можно быть серой массой? ... в серой толпе среди ЛЮДЕЙ БЕЗ ЛИЦ». Досить характерна реакція одного учасника форуму на пораду виділятися розумом. Ситуація розглядається суто в інструментальному ключі: «Из толпы как не пытайся — умом не выделишься. Ну и татуировкой щяс не выделишься. Какой бы она ни была. Особо продвинутые почти все в тату ходят. И никто не обращает на них внимания. А на неформала обращают. Не всегда конечно. Но если прикид в самом деле оригинальный, тогда точно заметят». Людина в принципі і хотіла б не бути неформалом, оскільки вважає, що «выделяться лучше не драными джинсами и всякими феньками, а например красивой машиной или байком», але кожен виокремлюється як може.

¹³ До речі, поміж багатьох ображених неформалів, які переконують решту, що мийються кожного дня, зустрічаються і такі, хто підтверджує, що стереотипи не з'являються з нічого. Як написав один з учасників, «грязные мы потому, что не моемся, а не потому что свины. Лично у меня грязные только волосы, потому что мне так нравится».

Спільним елементом самопозиціонування усіх неформалів є постійне бажання довести свою особливість і значущість через знецінення нормативного оточення. Вони не бажають «бути простим і сірим інкубаторським курчам (тобто злитися з сірістю соціуму)». Водночас вони намагаються спростувати стереотип про власну закомплексованість — «якщо ви сумніваєтесь у впевненості Неформалів то ви помиляєтесь... Усі мої друзі впевнені у собі люди набагато більше, ніж Цивільні». І нарешті, вони готові до того, що суспільство буде їх переслідувати, бо «неформальність — це не для всіх, мають бути і такі, які нас чмирять». Бути гнаним — це також спосіб вирізнитися. Як написав один з учасників форуму: «Я бы прям ИЗОШЕЛСЯ от счастья и гордости, если б получил, !хоть раз!, в морду из-за того, что я — неформал».

Їхня протилежність — «цивіли» — намагаються довести власну самоцінність через порівняння з недосконалим світом субкультурної молоді. Аналіз матеріалів форумів дав можливість визначити кілька ліній заперечення правильності шляху, обраного неформалами для самовираження. Група впевнено самоідентифікованих ставить під сумнів саму можливість виокремлення у групі. Виникає той самий образ сірої маси, який намагаються усіляко культивувати неформали щодо цивілів. Тепер у цьому контексті розглядаються самі субкультури, бо членство у такій спільності сприяє радше не віднайденню, а втраті індивідуальності. «Взагалі “наші” неформали — це “стадо”. Я б ніколи і ні за які гроші би не став частиною цього “стада”. Не треба мені розділяти чужі думки, мені добре думати по-своєму і мати свою незалежну думку». Претензія неформалів на справжність власної ідентичності піддається сумнівам: «Чи це вираження свого “я”? Я б сказала, що субкультури — це вираження свого “ми”». На противагу самоідентичності через належність до спільноти, висувається ідея незалежної самоідентичності: «Я і так, сам по собі, неповторна особистість, я і так особливий. Навіщо мені якась субкультура? Я і так чудово самовиражаюсь». Піддається сумнівам сам принцип самоідентифікації через виокремлення. Тоді неформал розглядається не як людина, яка не боїться виокре-

митися із суспільства, а як людина, що палко бажає цього, однак приречена на поразку, бо «каждый из нас является частью единой системы, нравится нам это или нет».

Критику викликає і бажання неформалів дистанціюватися від суспільства. Такий шлях набуття самоідентичності розглядається як спроба втечі від реального життя у вигаданий світ. Сама претензія на його унікальність видається необґрунтованою: «Весь ваш “мир” не выходит за рамки того, что называется “вместе погулять с такими же как я”. И всё... Нету, ничего нету. Есть глупая необоснованная иллюзия о воображаемой свободе, от системы, общества и всего того, что ПРИНОСИТ ЖИЗНЕННЫЕ ТРУДНОСТИ». На такому шляху самореалізація видається неможливою, бо «как ЧЕЛОВЕК, который НИЧЕГО не делает, может самовыразиться?»

Загалом усі ці спроби довести недосконалість неформалів дають можливість підвищити цінність власної ідентичності через протиставлення. Це — та сама лінія протистояння між МИ і ВОНИ з метою довести кращість своєї позиції. Як написав на форумі один з учасників обговорення: «Неформали доказують, що сіра маса складається з божевільних, сіра маса доказує, що неформали — єдине спільне божевільня. Виникає таке враження, що саме божевільні світу цього тут і зібрались». Насправді суть обговорення якраз і полягає у загостренні протистоянь, оскільки саме це забезпечує чіткість позиціонування.

Підсумовуючи наш короткий екскурс у віртуальний молодіжний дискурс, зазначимо, що сам факт його тривалості та постійної відтворюваності підтверджує важливу функціональну роль молодіжних субкультур як осередків самоідентифікації. При цьому для молоді відкриваються різні варіанти самопозиціонування — як через належність, так і через дистанціювання від неформальних спільнот. Попри незначну представленість у реальному соціальному просторі, неформальні субкультури в сучасному молодіжному середовищі забезпечують варіативність самовизначення, створюють ту систему різноманітних «дзеркал», дивлячись в які молода людина вибудовує власне «Я».

2.5. Етнічні субкультури: механізми відтворення

Пошук засад етнокультурного відтворення

Для розуміння феномена етнічної субкультури конче важливим є з'ясування цілої низки принципових моментів – яким чином зберігаються і передаються з покоління в покоління елементи етнічної культури; що забезпечує їхнє відтворення; як формується етнічна картина світу і як вона відбивається в традиційній свідомості; які відмінності спостерігаються в культурно-ціннісних домінантах етносів і багато інших.

Зрозуміло, що, намагаючись розібратися в усьому цьому, не можна залишати поза увагою етнічну ідентичність і ті проблеми, що з нею пов'язані. Якщо зважати на особливості формування етнічної ідентичності та зовнішні обставини, які зумовлюють зростання або послаблення етнічності, то, природно, постає питання щодо необхідних умов її виникнення. Цілком імовірно, що відповідь у такому разі буде переконливішою, якщо передбачатиме один надто суттєвий момент, а саме: обов'язковою підставою етнічної ідентичності є спільність культури. Базові цінності, створюючи культурну основу, визначають правила взаємовідносин, розставляють пріоритети, дають оцінки, окреслюють цілі. Відповідно етнічність як усвідомлений простір комунікації та взаємодії, завжди ґрунтується на ідентифікації себе на відміну від інших.

За такого стану речей неминуче постає проблема етнічних меж (ethnic boundaries): чи визначаються вони, незалежно від людини, фактом її народження, процесом соціалізації або зовнішнім культурним впливом; чи залежать від суб'єктивних чинників, від того, хто і з яких причин приписує себе до певної етнічної групи, і зрештою, якою мірою групова належність пов'язана з прийняттям тих чи інших культурних цінностей (включно з формами організації).

Проблема, як бачимо, досить непроста, особливо, коли йдеться про реальні способи визначення етнічних груп. Виходячи з культурної зумовленості етнічної ідентичності, важливо зважати на ті межі, якими та чи та група себе окреслює. Понад те, і культурні характеристики етнічної групи можуть зазнавати певної трансформації. Звідси складається враження, що існує безліч варіантів щодо їхніх зв'язків і співвідношень. Хоча, з іншого боку, відсторонення від «чужих» має передбачати усвідомлення меж припустимої варіативності (як правило, це взаємодія в певних сферах загального інтересу та взаєморозуміння).

Але ж людина може і свідомо маніпулювати своєю етнічністю залежно від ситуації (відповідним чином поводитись, одягатися і т.ін.), що дає підстави говорити про рухливість етнічних меж, а в окремих випадках – і про їхню двоїстість: межі, що визначаються усередині групи, можуть відрізнятися від меж, якими їх уявляє зовнішній спостерігач. Бо зовнішні межі є наслідком міжетнічної взаємодії, тоді як внутрішні визначає спільність культурних знань членів етнічної групи. Відповідно, для зовнішнього спостерігача певна етнічна група може виступати як гомогенна – зі спільними рисами і цінностями, а насправді вона може мати безліч поведінкових розбіжностей, ускладнюючи тим самим визначення етнічних меж (*Barth, 1969*).

До того ж, не можна не погодитись із фактом існування певних відмінностей між внутрішніми й зовнішніми проявами культури етносів. Від цього, безумовно, ускладнюється розв'язання проблем етнічної ідентичності («образу себе»), а відповідно, і з'ясування динамічної взаємодії трьох її складових: «образу для себе», «образу у собі» та «образу для інших». Що стосується «образу для себе», то він зазвичай усвідомлюється спільнотою – носієм цього образу, поєднуючи при цьому бажані для носія характеристики. А комунікаційний зв'язок усередині етнічної спільноти здійснюється за рахунок власної символіки і міфології, які зовні можуть виявлятися лише фрагментарно. «Образ у собі» цілком можна віднести до неусвідомленої складової етнічної ідентичності. Проте саме він сприяє узгодженості дій етнічної групи. Зрештою, «образ для інших» теж постає у вигляді

певного набору приписуваних собі визначень, але переведених мовою інших культур з метою налагодження комунікації із зовнішнім світом. Причому і тут існують свої міфи, символіка, легенди. Усвідомлення відмінностей між «образом для себе» і «образом для інших» може коливатися залежно від умов існування етносу, спричиняючи зміни як внутрішньої, так і зовнішньої символіки та міфології. Отже, оскільки «образ у собі» не має безпосередніх зовнішніх проявів, а може виявлятися лише через детерміновані ним «образ для себе» і «образ для інших», які насправді є різними варіантами кристалізації його змісту, то можна припустити, що будь-яка етнічна субкультура має свій внутрішній культурний стрижень. У кожному окремому випадку він демонструє свою унікальність, виявляючи себе зовні різними модифікаціями.

Звичайно, за своєю бінарністю в культурі етнічність не є унікальним випадком. Проте дихотомічне відношення «Ми–Вони» виступає первинною умовою її існування. Етноси взагалі – категорія порівняльна. Особливість полягає в іншому, в ознаках, що дають змогу виокремлювати етнічність з-поміж усіх можливих видів реалізації протиставлення «Ми–Вони», «Свої–Чужі», знаходити найхарактерніші риси етнічного диференціювання. Причому найчастіше серед них вирізняють підвищену інтенсивність, оскільки саме за цією ознакою зовнішнє етнічне протиставлення справді перевищує всі інші види соціальної диференціації, за винятком хіба що суто біологічного протиставлення, такого як стать, раса тощо. Це так само стосується понять «Ми» і «Вони».

Ступінь інтенсивності першого є свідченням здатності етнічного середовища забезпечувати людині соціально-психологічну комфортність та емоційну безпеку. Етнічне поняття «Вони» виражається, як правило, максимально чітко, демонструючи певну настороженість до «чужих».

Проте визначальною для етнічних груп, безумовно, залишається впевненість у тому, що їх об'єднує спільне походження, спільний простір комунікації та взаємодії, специфічна культура. Останнім часом, правда, привертає увагу посилення суб'єктивізації у процесі самовизначення етнічних груп.

Але це не знімає питання щодо об'єктивних маркерів відмінності останніх. Адже ними так чи інакше залишаються символічна культура, мова, етнічна самосвідомість тощо, які, проявляючись через комплекс історично сформованих соціокультурних рис, визначають специфіку певної групи порівняно з іншими групами, встановлюють символічні етнічні межі, що відокремлюють «своїх» від «чужих». Понад те, закріплення ідентичності певного етносу найчастіше відбувається саме шляхом демонстрації підвищеної значущості атрибутів відповідної етнічної субкультури. Найчастіше це стосується етносів, що перебувають в іншому етнокультурному середовищі і трансформуються відповідно до його особливостей. Утім, є ще один нюанс. Принципово важливим моментом етнічності є її іманентність. Вона не стільки успадковується, скільки начебто наново народжується в процесі соціалізації кожного конкретного індивіда. Останній засвоює «об'єктивну етнічність» і свідомо реалізує власну етнічну ідентичність («суб'єктивну етнічність»). Але це вможлиблюється лише за умов існування інформаційного «етнічного поля». Причому наявність такого поля здатна забезпечувати лише етнічна спільнота – етнічна група, що має можливість внутрішньопокоління (через ендогамію) і міжпокоління (через культурно-мовну традицію) передавання етнічної інформації. А оскільки взаємодія суб'єктивного і об'єктивного супроводжується залученням свідомого і позасвідомого в етнічності (причому присутність в етнічності останнього робить неможливою її психологічну локалізацію), то вона може розглядатися як етнічна аперцепція, роль якої в розумінні етнічності є надзвичайно важливою (*Van den Berghe, 1981*).

На підставі вищезазначеного можна припустити, що етнічна ідентифікація є багаторівневим утворенням. Якщо перший рівень пов'язаний власне з ідентифікацією, яка є підставою для формування опозиції «Ми–Вони», то на другому рівні відбувається формування образів, що передбачає приписування етнічним спільнотам певних культурних, статусних та інших характеристик. А третій рівень становить етнічна ідеологія, що характеризується більш-менш спільним поглядом на минуле, теперішнє та майбутнє своєї

етнічної групи стосовно інших етнічних груп. Безумовно, складність аналізу етнічної ідентичності (як і етнічності в цілому) посилюється тим, що це символічна конструкція, в основі якої лежать психологічні механізми її побудови. Натомість, скажімо, соціальна, професійна чи інші види ідентифікацій спираються, як правило, на реальні форми діяльності, ролі, статуси, що можуть «вимірюватися». Тому етнічна ідентичність як сукупність символів породжує особливого роду почуття належності до певної спільноти, члени якої можуть розрізнятися за іншими параметрами. Звідси принциповим моментом є те, що хоча уявлення про символічну природу етнічного і не «верифікується» безпосередньо, проте дає змогу людині (або групі) ідентифікувати себе за етнічною ознакою.

Справді, передумовою існування будь-якої етнічної субкультури завжди є її самоідентифікація, оскільки сам по собі ідентифікаційний процес має властивість діахронного (від покоління до покоління) культурного відтворення. Інакше кажучи, завжди відтворюються базові цінності й установлені навички, що визначаються традицією культурного розвитку та духовними константами. Звичайно, чим вищим є рівень структурної організації субкультури, тим більша кількість ідентифікаційних підсистем у ній присутня. Порушення ідентифікацій може стати свідченням порушення етнічної субкультури. А це, як правило, може відбуватися за умов асиметрії етнокультурних контактів або поєднання різних моделей соціалізації (традиційних і сучасних) в етнічній субкультурі чи прояву специфіки ментальності.

До речі, коли йдеться про виявлення можливого балансу стабільного й мінливого, традиційного й інноваційного в етнічній культурі, навряд чи можна виключати вплив інерційних процесів. Щоправда, багато що залежить від їх інтерпретації. Якщо, скажімо, інерційність у сфері етнічної культури розглядати лише як тенденцію до продовження існування окремих її елементів після вичерпання функціональності останніх – це одна справа. У такому разі вона частіше асоціюється саме зі збереженням і відтворенням вже наявних форм функціонування цієї культури в ситуації, що змінюється. Проте, як виявляється, цього явно не

достатньо, оскільки для того щоб та чи інша субкультура зберігала здатність до свого збереження і відтворення, окрім потреби у виконанні нею певних функцій необхідні ще й здатність і можливість носіїв заданих функцій їх виконувати. А за таких обставин інерційність може розглядатися вже як показник усталеності субкультури і водночас її здатності до подальшого розвитку, відмовляючись тим самим від аналогії з продовженням вичерпаного функціонування або збереженням віджилої структури. Така інерційність, безумовно, несе в собі потенцію розвитку субкультури, або, іншими словами, є необхідною умовою її розвитку. Даний контекст наближає інерційність до понять «відтворення» і «традиція», що дає підстави вважати її механізмом самозбереження культури, а відповідно, і механізмом відтворення культурних цінностей.

Краще зрозуміти особливості функціонування етнічної субкультури допомагає також залучення до її аналізу поняття «картина світу», що певною мірою поглиблює відповіді на запитання «хто я?», «хто ми?». І якщо у разі ціннісного підходу ці відповіді даються універсальною мовою культури, то з позиції «картини світу» етнічна субкультура постає як прояв відтінків, характерних саме для неї. Тому для повнішого вивчення етнічної субкультури так важливо поглянути на неї очима її носіїв, виявити очевидні смисли різних її елементів, побачити зв'язки між цими елементами такими, якими їх бачить сам носій.

Різні культурні традиції передбачають різноманітність культурних систем (субкультур). Причому кожна з етнічних субкультур виконує (як і культура в цілому) найважливішу функцію – передавання досвіду, забезпечуючи тим самим безперервність культурних традицій, навчання і об'єднання членів певної етнічної спільноти. Власне етнічна картина світу притаманна кожній традиційній культурі, всі елементи якої структуруються і динамічно співвідносяться з людиною. У традиційній свідомості світ завжди представлений як чітко упорядкований, ієрархізований. Усе в ньому взаємопов'язане і має своє місце. Відповідно, зміст традиційної свідомості, як правило, являє собою певну структуру з чітко фіксованим зв'язком різних її складових.

Людині в рамках такої картини світу простіше встановити зв'язок між «Я» і «Ми», «Ми» і «Вони», а також визначити своє місце у світі. Втім, етнічна картина світу (і пов'язана з нею традиційна свідомість) може змінюватися у разі втрати нею своїх адаптивних властивостей або коли в суспільстві змінюються ціннісні домінанти. При зміні етнічної картини світу може відбуватися кристалізація свідомості етносу навколо нових більш значущих елементів. Хоча незмінними при цьому залишаються загальні характеристики етнічних констант та баланс між ними (наприклад, основних парадигм «образу себе»).

До речі, коли йдеться про традиційну свідомість етносу, то слід пам'ятати, що вона не обмежується лише свідомістю, а з обов'язковістю включає й позасвідоме. Не випадково часто-густо синонімічно вживається поняття «менталітет». Проте з огляду на мету дослідження залучення поняття «традиційна свідомість» є доцільнішим, оскільки краще відбиває зв'язок понять «етнічна картина світу» і «традиція».

Слід сказати, що і на традиційні явища культури незрідка дивилися як на свого роду рудимент, що має зникнути внаслідок зростання активності модернізаційних процесів. Щоправда, з часом така точка зору змінилася, і на культурну традицію почали дивитися як на універсальний механізм, завдяки якому селекція життєвого досвіду, його акумуляція і просторово-часова трансмісія вможливають досягнення необхідної для етнічної субкультури стабільності. До того ж традиції, як правило, властиві і креативна, і консервативна складові. Якщо перша пов'язана із здатністю традиції до експансії, що відбувається як на структурному, так і на символічному рівні певної етнічної субкультури, скажімо, на структурному рівні це намагання змінити межі етнічних груп, встановити нові рівні структурної диференціації тощо, то консервативна складова передбачає інституціоналізацію традицій. Утім, не виключено, що традиція може мати і декілька альтернатив, кожна з яких здатна налагоджувати свій зв'язок з груповою ідентичністю. Понад те, на сьогодні є очевидним, що під впливом сучасних процесів традиція не лише не поступається своєю позицією, як це очікувалося, а й виявляє значно більшу

адаптивну здатність. Причому в деяких випадках традиційні цінності навіть можуть забезпечувати джерела легітимації для досягнення нової мети.

Інша річ, що поняття «традиція» несе в собі деяку двоїстість. З одного боку, етимологічний його аналіз вказує на механізм процесу передавання культурного досвіду в часі. І в такому разі це поняття позбавлене субстанціональності, оскільки важко визначити об'єкт під назвою «традиція». Радше йдеться про його атрибутивність, що дає підстави говорити про об'єкт з погляду його традиційності, тобто як про той, що передається від покоління до покоління. А з іншого боку, традиція часто-густо визначається саме як культурний об'єкт, що розглядається як норма або цінність, які є відбиттям належності до історії тієї чи іншої етнічної спільноти. І таких неоднозначностей чимало. Але найважливішим, мабуть, є те, що суттю механізму традицій власне є етнічні стереотипи, без яких практично не може існувати жодна етнічна субкультура. До того ж етнічні стереотипи є й кодом етнічної культури. Щоправда, в сучасній культурі етнічне кодування вже не так чітко виражене, як це було у традиційній культурі. Певно, даються взнаки ускладнення суспільного життя, внаслідок яких система кодування стає дедалі більш завуальованою, просякаючи глибинні сфери психіки та духовної культури. Причому будь-яке порушення системи етнокультурних кодів може позначатися на цінностях етносу. Як наочний приклад – послаблення міжпоколінних зв'язків уможлиблює втрату мовних компонентів культури.

Безумовно кожна етнічна спільнота виокремлюється з-поміж інших своєю груповою самосвідомістю, що фіксує (чи то дійсні, чи то уявні) її специфічні риси. Найскладніше, як правило, оцінювати етнічні звичаї, тому що їх оцінка завжди залежить від того, хто оцінює і з якою метою. При цьому, хочуть люди того чи ні, але вони неминуче сприймають і оцінюють звичаї, традиції, форми поведінки інших крізь призму власних звичаїв, традицій, в яких вони виховувались. Утім, коли виявляється схильність до розгляду явищ і фактів іншої культури суто під кутом зору культурних традицій і цінностей свого власного народу, можна говорити про прояви етноцентризму. Але те, що для кожної людини

звичаї, форми поведінки, до яких вона звикла, є ближчими, ніж інші, є цілком нормальним і природним.

А взагалі етнічна субкультура демонструє різні рівні адаптації. На початковому її рівні відбувається первинна структурація світу, причому роль захисного механізму у такому разі бере на себе сама культура. Надалі починають виявлятися вже її специфічні захисні механізми. Так, незважаючи на впливовість трансформаційних процесів, що здатні призводити до зміни інваріантів культурної традиції, незмінною залишається «центральна зона» етнічної культури. Понад те, її існування гарантує збереження ідентичності етнічної спільності, попри відмінності зовнішніх форм її прояву. Причому вертикальний (або часовий) зріз процесу адаптації субкультури показує, що «образ для себе» і «образ для інших», поряд з іншими елементами культури, об'єднуються навколо її «центральної зони» відповідно до тих чи інших зовнішніх умов. Водночас пояснення процесу адаптації культури при розгляді його горизонтального зрізу значно ускладнюється, оскільки сформована картина світу має зберігати свою усталеність і не втрачати цілісності при зіткненні з реальністю. Хоча насправді кожна етнічна субкультура має свою «ієрархію захисту», що відповідає змісту її структуроутворювальних парадигм.

Разом із тим, у культурних досягненнях будь-якого розвиненого етносу, за свідченням науковців, запозичених елементів виявляється значно більше, ніж тих, запозичення яких важко довести. Культурні варіації (на відміну від біологічних) не мають суттєвих перепон для передавання їх шляхом дифузії. У процесі етнокультурного розвитку навіть важко переоцінити значущість як дифузності, так і дискретності. Зокрема, останнє свідчить про належність людини до того чи іншого етносу. «Подвійна» етнічна самосвідомість, множинність самоідентифікації зазвичай є досить рідкісних явищем. Воно більшою мірою характерне для контактних зон, з якими пов'язане утворення прошарків або груп з маргінальною психологією. Саме збалансованість дискретності та дифузності дає змогу, з одного боку, чітко виокремлюватися етнічно специфічним культурним системам, а з іншого – зберігати їх як відкриті системи, що пос-

тійно обмінюються різними видами культурної інформації, включно з передаванням культурної специфіки – запозиченням, наслідуванням, стимулюванням інновацій тощо.

Таким чином, усвідомлення власної етнічної належності навряд чи можна назвати цілковито самодостатнім процесом з огляду на його детермінованість зовнішніми умовами. Часто-густо це своєрідна реакція на ситуацію, що спричиняє позначення символічних меж між етнічними групами. До того ж у процесі етнічної ідентифікації може мати місце примус, коли в цей процес активно втручаються традиції та орієнтації суспільства загалом. Поряд із тим не виключена можливість вільного усвідомленого вибору. Проте в цілому етнічній ідентичності властиві два моменти. З одного боку, задоволення потреби в незалежності від інших і можливість самореалізації, а з іншого – потреби в груповій належності. Щоправда, поєднання різних причин і умов здатне певним чином розбалансувати природний перебіг цього процесу. Бо одна річ, коли існує прихильне ставлення до історії, культури свого народу, тоді навіть деякі відхилення від так званої норми можуть розглядатися лише як зростання або згасання етнічності. Інша річ, коли з актуалізацією елементів етноізоляціонізму та замкненості виникають підстави для етноцентристської ідентичності. Хоча в деяких етнічних групах аналогічна ситуація може детермінуватися традиційними нормами, релігійними установками (як шлюбна ендогамія), але зрештою не призводить до ізоляціонізму.

Специфікація етнічності значною мірою зумовлюється не лише її суб'єктивною, а й соціальною модальністю. Так, за умов поліетнічної структури суспільства не виключається поділ етносів за їх статусом, що, своєю чергою, вможлиблює прояв презентаційної ідентифікації (з метою досягнення вищого статусу) з більш престижною етнічною спільнотою (із збереженням відданості власним етнічним цінностям). До такого розвитку подій може спонукати не лише атмосфера мікросередовища, а й держава в цілому. Понад те, наприклад, представникам невеликих етносів взагалі властива загостреність етнічної самосвідомості, що за певних умов здатна інтенсифікуватися. А звідси посилення протиставлення власної етнічної субкультури іншим.

Сучасні етнокультурні ідентичності та практики в українському соціумі

З'ясувати деякі механізми відтворення етнічних субкультур певною мірою допоможе залучення до аналізу результатів загальноукраїнського соціологічного опитування, що проводилось Київським національним університетом ім. Тараса Шевченка та фірмою «Юкрейніан соціолоджі сервіс» (N = 1400, 2004).

Запропонований представникам етнічних спільнот з метою оцінки перелік етнокультурних цінностей є вже достатньо означений. Зацікавленість викликає ієрархія останніх, що визначається і підтримується родиною, впливаючи на ідентифікаційні процеси. В емпіричному вимірі етнічні спільноти демонструють таку значущість для родини етнокультурних цінностей:

Українці: готують страви національної кухні (82,7%), відзначають релігійні національні свята (79,2%), розмовляють переважно рідною мовою (55,9%), виконують народні (етнічні) пісні (49,0%), розповідають етнічні народні казки, легенди, приказки (32,7%), дотримуються етнічних звичаїв, обрядів (31,7%), обговорюють питання національної історії та культури (30,2%).

Росіяни: розмовляють переважно рідною мовою (80,2%), готують страви національної кухні (67,5%), відзначають релігійні національні свята (66,5%), виконують народні (етнічні) пісні (46,7%), розповідають етнічні народні казки, легенди, приказки (34,5%), обговорюють питання національної історії та культури (33,5%), дотримуються етнічних звичаїв, обрядів (23,4%).

Кримські татари: готують страви національної кухні (97,0%), відзначають релігійні національні свята (94,1%), дотримуються етнічних звичаїв, обрядів (93,1%), обговорюють питання національної історії та культури (89,6%), розповідають етнічні народні казки, легенди, приказки (88,1%), виконують народні (етнічні) пісні (86,6%), розмовляють переважно рідною мовою (66,3%).

Поляки: відзначають релігійні національні свята (87,6%), готують страви національної кухні (54,7%), дотримуються

етнічних звичаїв, обрядів (43,3%), обговорюють питання національної історії та культури (32,3%), виконують народні (етнічні) пісні (31,8%), розмовляють переважно рідною мовою (27,9%), розповідають етнічні народні казки, легенди, приказки (18,9%).

Угорці: готують страви національної кухні (80,5%), відзначають релігійні національні свята (66,0%), розмовляють переважно рідною мовою (59,5%), виконують народні (етнічні) пісні (54,0%), дотримуються етнічних звичаїв, обрядів (50,0%), розповідають етнічні народні казки, легенди, приказки (46,5%), обговорюють питання національної історії та культури (38,0%).

Євреї: готують страви національної кухні (60,2%), відзначають релігійні національні свята (47,8%), обговорюють питання національної історії та культури (26,4%), дотримуються етнічних звичаїв, обрядів (25,4%), розповідають етнічні народні казки, легенди, приказки (13,4%), виконують народні (етнічні) пісні (10,0%), розмовляють переважно рідною мовою (3,5%).

Цигани: розмовляють переважно рідною мовою (71,0%), виконують народні (етнічні) пісні (67,0%), дотримуються етнічних звичаїв, обрядів (56,5%), готують страви національної кухні (42,5%), відзначають релігійні національні свята (35,5%), розповідають етнічні народні казки, легенди, приказки (31,5%), обговорюють питання національної історії та культури (21,0%).

Порівняння етнічних маркерів, що вишиковуються мірою значущості їх для представників кожної з субкультур, дає підстави говорити, що зафіксовані коливання у підтримці респондентами деяких із них лише підкреслюють специфічність процесу ідентифікації окремих етносів. Зокрема, незважаючи на те, що для опитаних українців, кримських татар, угорців, євреїв у збереженні сім'єю етнічних культурних традицій превалює національна кухня, вони разом із тим не применшують значущості релігійних національних свят, етнічних звичаїв, обрядів, фольклору, спілкування рідною мовою. І хоча останнє не набуло поширення в єврейських сім'ях, роль інших культурних традицій залишається для них достатньо важливою. Водночас рідну мову як

найбільш прийнятний, з-поміж інших, варіант збереження етнокультурних цінностей відзначають росіяни (80,2%) і цигани (71,0%).

Певна річ, національні (етнічні) культурні традиції, що їх дотримуються у своїх родинах представники зазначених етнічних спільнот, різняться за своєю значущістю, але вони виразно ілюструють наявний стан традиційної культурної наступності, який можна в цілому характеризувати як певне спрощення та уніфікацію етнокультурних компонентів. Безумовно, це пов'язане із впливовістю урбанізаційних, інформаційних процесів, що порушують значний шар етнічної культури, позбавляючи тим самим людей усталених образів світосприйняття. Як наслідок – у своєму зростанні етнічності дедалі важче спиратися на реальні субкультури та усталені внутрішньоетнічні зв'язки.

Усе це зайвий раз доводить, що етнічна ідентифікація є досить непростим процесом. Це особливо усвідомлюється, коли до її розгляду залучається момент вільної орієнтації у кодах тієї чи іншої культури, її цінностях, формах виразу, що уможливлено перебуванням у певному етнокультурному контексті та дотриманням відповідних поведінкових стереотипів. За таких обставин значущості набувають особливості етнокультурної сімейної соціалізації. Засвоєння етнокультурного досвіду відбувається, як правило, в ранньому дитинстві у безпосередньому життєвому середовищі, що сприймається дитиною як природне і, в якийсь період, як єдино доступне. Відповідно, багато що засвоюється на не-свідомому рівні й може залишатися невідрефлексованим впродовж тривалого часу. До того ж, у цьому випадку важко позбутися упередженості. І пояснюється це тим, що в окремих сім'ях частіше зберігаються лише окремі фрагменти етнокультурної інформації. До самостійного відтворення комплексу визначальних рис етнічної культури більш здатною є етнічна спільнота в цілому. А по-друге, самі по собі етнічні спільноти можуть відрізнятися за рівнем однакової та однорідності ціннісних преференцій. Хоча це, звичайно, ніяким чином не спростовує ролі сім'ї у формуванні (чи то спонтанному, чи цілеспрямованому) етнокультурної компетентності. Інша річ, що за сучасних умов незрідка

спостерігається порушення традиційних механізмів передавання міжпоколінної етнічної інформації. І здебільше це відбувається внаслідок перебирання їхніх функцій тими чи іншими соціальними інститутами або формування нових варіантів споживацької поведінки.

Віддаючи належне істотному підвищенню в суспільстві значущості етнічного «Я», є сенс докладніше розглянути одну з найважливіших ознак у групі культурних компонентів різних субкультур – мову. Тим паче, що мовна проблема сама по собі є доволі складною. Певних ускладнень їй додають непоодинокі ситуації, коли однією мовою говорять кілька етносів або, навпаки, один етнос говорить кількома мовами. Втім, оскільки ідентичність є відносинами, що постійно формуються і реформуються в межах певного дискурсу, відчуття її здатне змінюватися, якщо будь-які характеристики «своїх» перестають відповідати уявленням, що склалися, а їхня поведінка – справджувати очікування. Це дає підстави декому з дослідників пояснювати актуалізацію ролі мови в процесі етнічної ідентифікації бажанням вирізнити свій етнос з-поміж інших.

Рідну мову людина, як правило, засвоює не замислюючись, як свого роду природну даність. У ній зберігаються усі накопичені етносом знання, його життєвий досвід, що згодом передаються наступним поколінням. Але як певне об'єктивне явище (нарівні з традиціями) мова може сприйматися лише у порівнянні з існуючими «іншими». Саме за цих обставин мова здатна перетворюватися в етнічний символ, у засіб етнодиференціації та реалізації архетипу «Ми»–«Вони». Хоча, наприклад, мовна близькість не сприяє появі такої жорсткої етнічно зумовленої ідентичності, а радше дає підстави говорити про бікультурну ідентичність, бікультурну компетентність, а відповідно, і про бікультурний характер вибору репрезентативних груп.

Безперечно, мова, якій віддається перевага, є суттєвою ознакою культурної орієнтації людини, її включеності у певне соціокультурне середовище. Тому не випадково в умовах етнокультурного поліморфізму мовна компетентність набуває особливої значущості, загострюючи водночас проблему

задоволення етнокультурних запитів спільнот. Необхідність приведення вищезазначених запитів у відповідність до закономірностей розвитку мовних процесів у полікультурному суспільстві, яким є Україна, потребує докладного розгляду стану мови як важливого чинника процесу етнічної ідентифікації спільнот.

Так, результати вищенаведеного соціологічного дослідження дали змогу з'ясувати ступінь мовної компетентності представників опитуваних етнічних спільнот України. Як виявляється, це досить неоднозначний момент, зокрема, коли йдеться про ступінь вільного володіння рідною мовою, на що вказують отримані відповіді респондентів (див. табл. 1).

Таблиця 1

Ступінь володіння респондентами рідною мовою (%)

<i>Варіанти відповідей</i>	<i>Українці</i>	<i>Росіяни</i>	<i>Кримські татари</i>	<i>Поляки</i>	<i>Угорці</i>	<i>Євреї</i>	<i>Цигани</i>
Володію вільно	71,6	97,5	84,9	42,5	67,0	11,9	85,0
Володію, але при розмові маю певні проблеми	20,9	1,5	12,6	29,0	17,5	13,4	13,0
Розумію мову, але не розмовляю	7,0	1,0	2,5	23,5	12,0	28,4	2,0
Зовсім не володію	0,5	–	–	5,0	3,5	46,3	–

У наведеному розподілі з помітним відривом від решти опитаних йдуть поляки та євреї. Причому серед євреїв зафіксовано і найбільший відсоток тих, хто зовсім не володіє рідною мовою (46,3%). Щоправда, практично кожний четвертий респондент із цих спільнот розуміє свою етнічну мову, хоча й не говорить нею. Втім, тією чи іншою мірою на труднощі під час розмови рідною мовою вказують майже всі респонденти (хіба що за винятком росіян). Причому най-

більше таких серед поляків (29,0%), українців (20,9%) та угорців (17,5%). Серед євреїв, циган і кримських татар на аналогічні труднощі вказав кожний восьмий респондент.

Разом із тим, для більшості респондентів рідною мовою є насамперед мова національності, до якої вони належать, на що вказали 57,4% опитаних українців, 46,6% поляків, 42,5% кримських татар, 41,5% угорців, 40,2% циган і 37,0% євреїв. А от росіяни більш схильні вважати, що рідна мова – це мова, якою вони думають і можуть вільно спілкуватися (52,8%), а для кримських татар, скажімо, це ще й мова, якою розмовляли їхні батьки (40,0%).

Суттєвим доповненням до попередніх даних можна вважати інформацію, що стосується мови спілкування, залежно від тієї чи іншої ситуації. Перші ж відмінності виявляються у сімейному спілкуванні. Якщо, наприклад, переважно українською мовою в родині послуговуються 60,0% поляків (російською – 18,5%), 56,9% українців (російською – 29,2%) і 35,5% угорців, то російська мова домінує серед росіян (94,4%) і євреїв (89,6%). Разом із тим мовою своєї етнічної спільноти у родині спілкуються 71,7% циган, 55,0% угорців і 52,0% кримських татар (32,2% – російською).

Певних коректив зазнала мова спілкування із сусідами. Незважаючи на те, що серед поляків (64,5%) і українців (49,3%) превалує українська мова, 81,7% росіян, 81,1% євреїв, 36,4% циган, 32,7% кримських татар, 29,9% українців і 20,0% поляків послуговуються переважно російською мовою спілкування, а угорці (35,5%), цигани (32,8%) і кримські татари (24,3%) етнічною мовою, більш вагомою практично для всіх представників зазначених етнічних спільнот виявляється залежність мови спілкування від певних обставин. Найчастіше її демонструють кримські татари (42,6%), угорці (36,0%) та цигани (28,3%). Характерно, що така позиція зберігає свою актуальність і під час спілкування на роботі (в навчальному закладі).

У світлі розглянутих даних цілком природно виглядає з'ясування мовної наступності в етнічних спільнотах (див. табл. 2).

Таблиця 2

Думки респондентів щодо необхідності отримання дітьми (онуками) освіти мовою їхньої етнічної спільноти (%)

<i>Етнічні спільноти</i>	<i>Безумовно потрібно</i>	<i>Бажано</i>	<i>Не обов'язково</i>	<i>Зовсім не потрібно</i>	<i>Важко сказати</i>
Українці	66,1	23,1	7,4	0,8	2,5
Росіяни	61,7	28,6	6,0	0,8	3,0
Кримські татари	57,1	35,4	4,8	0,7	2,0
Поляки	35,4	42,3	16,2	2,3	3,8
Угорці	37,5	32,8	27,3	1,6	0,8
Євреї	16,3	26,8	30,1	8,1	18,7
Цигани	8,0	39,3	17,3	6,0	29,3

За даними опитування, всіх респондентів умовно можна поділити на три групи. Українці, росіяни і кримські татари практично не висловлюють сумніву щодо необхідності отримання дітьми (онуками) освіти рідною мовою. Свідченням того є позиції («безумовно потрібно» і «бажано»). Серед представників другої групи – поляків і угорців, частка тих, хто позитивно ставиться до необхідності цього, дещо зменшується внаслідок зростання відсотка респондентів, які вважають такий захід не обов'язковим (відповідно 16,2% і 27,3%). І нарешті, у третій групі, до якої можна віднести євреїв і циган, найбільший відсоток тих, кому важко було визначитися стосовно цього питання (відповідно 18,7% і 29,3%). Поясненням останньої ситуації може бути той факт, що це питання слід розглядати у більш широкому контексті, а саме як питання життєвої перспективи їхніх дітей.

Безперечно, за певних обставин (наприклад, за низького рівня усвідомлення власної етнічної належності, недостатньої етнокультурної компетентності, відчуття етнічного дискомфорту тощо) етнічна ідентичність в ідентифікаційному просторі особистості може поступатися іншим ідентичностям. Проте зниження у структурі ідентичностей ролі етнічної ідентичності (і передусім мовної ідентичності) може призвести до порушення цілісності «Я»-концепції та певної втрати зв'язків із власною субкультурою.

Не менш важливим для виявлення механізмів збереження етнічної субкультури є звернення до проблеми етнокультурної компетентності представників етнічних спільнот, зокрема, що стосується їхнього інтересу, до історії та культури свого етносу (див. табл. 3)

Таблиця 3

Інтерес респондентів до історії та культури свого етносу (%)

<i>Варіанти відповідей</i>	<i>Українці</i>	<i>Росіяни</i>	<i>Кримські татари</i>	<i>Поляки</i>	<i>Угорці</i>	<i>Євреї</i>	<i>Цигани</i>
Дуже цікавлюсь	12,9	14,7	41,1	29,9	14,0	22,4	10,0
Деякою мірою цікавлюсь	47,0	50,3	49,0	46,3	40,5	52,7	23,0
Мало цікавлюсь	32,7	28,9	8,9	22,4	38,5	21,4	39,0
Зовсім не цікавлюсь	7,4	6,1	1,0	1,5	7,0	3,5	28,0

Як з'ясувалося, відмінності щодо значущості цієї складової в різних субкультурах є доволі помітними. Найбільший інтерес до історії та культури свого народу демонструють кримські татари (90,1%), поляки (76,2%) і євреї (75,1%). Деяко поступаються їм росіяни (65,0%), українці (59,9%) і угорці (54,5%). Проте найбільш індіферентними щодо історії та культури свого народу виявилися цигани; 67,0% серед них ці проблеми не цікавлять.

Безумовно, етнічна субкультура відтворюється як на рівні етносу в цілому, так і на рівні окремих індивідів, сімей, груп, що його утворюють. Тому коли система внутрішньої структури етносу починає руйнуватися, то відповідно ускладнюються відтворення етнічних традицій та підтримання етнічної ідентифікації. Що ж до реакції етнічної субкультури на зовнішні впливи, то її можна вважати позитивною, якщо вона відповідає потребам збереження специфічних етнічних рис або спрямована на адаптацію і трансформацію тих елементів, що були нею запозичені. Інша річ, що в окремих випадках ці елементи можуть дійсно інтегруватися в культуру етносу, стаючи її складовою частиною, а іноді

лише формально включатися в структуру системних зв'язків, а тому швидко втрачати їх за умови суспільних змін.

Отже, підсумовуючи вищенаведене, можна зробити такі висновки:

- будь-яка етнічна субкультура є самодостатньою для свого розвитку й відтворення системою, що функціонує за допомоги інформаційних зв'язків, які, з одного боку, мають міжпоколінний характер, забезпечуючи їй сталість і неповторність (діахронні зв'язки), а з іншого – надають можливість інноваційного розвитку, постійного оновлення (синхронні зв'язки);

- стабілізувальною основою етнічної субкультури є система традицій (етнічна картина світу), що акумулює міжпоколінну етнокультурну інформацію, яка регулюється за допомоги етнічних стереотипів – кодів етнічної субкультури;

- чим вищим є рівень структурної організації етнічної субкультури, тим більшу кількість ідентифікаційних елементів вона презентує;

- механізмом, що сприяє самозбереженню і відтворенню традиційних культурних цінностей, встановлює зв'язок минулого і теперішнього, забезпечує здатність етнічної субкультури до сталого розвитку та протистояння змінам зовнішнього середовища (співвідношення «Я»-ідентичності та «Ми»-ідентичності) – є **інерційність**;

- порушення ідентифікаційної структури етнічної субкультури часто-густо відбувається у разі асиметрії етнокультурних контактів, поєднання різних моделей соціалізації (традиційної і сучасної) або ж прояву специфіки ментальності;

- у сучасних етнічних субкультурах етнічне кодування не завжди є чітко вираженим, як це взагалі було характерним для традиційних культур. Даються ознаки ускладнення суспільного життя, внаслідок яких система кодування стає більш завуальованою, просякаючи глибинні сфери психіки й духовної культури;

- найбільш повне та усвідомлене засвоєння мови, традицій, звичаїв, форм релігійної поведінки тощо гарантує сталість і здатність до відтворення будь-якої етнічної субкультури (в емпіричному вимірі найяскравіше це демонструють кримські татари, угорці, росіяни, українці й поляки).

3. СУБКУЛЬТУРНІ КОНФІГУРАЦІЇ

3.1. Медіастилі в європейському ландшафті

Представляти й описувати медіапростір у термінах субкультур досить непросто, оскільки сучасні медіа прагнуть до здійснення загального взаємозв'язку та продукування глобальної культури, що стандартизує свої зразки для можливості повсюдної адаптації. Радше медіа інформують нас про існування різних субкультур або постсубкультур, з якими ми або не стикаємося безпосередньо, або маємо до них обмежений доступ, або самі, як вважаємо, належимо до таких. Крім цієї медіативної роботи у просторі медіа чітко фіксуються і стійкі, відмінні одне від одного, виразні утворення, що охоплюють як певний культурний продукт, так і агентів, що беруть участь у його виробництві та споживанні. Йдеться про особливі формати медіа, інформаційні стилі, що корелюють зі стилями життя, та про уявлені спільноти, якими завжди були аудиторії медіа. Найпростіше виявити такі окремоті в культурі Інтернету, серед завзятих користувачів електронних мереж, для яких саме ця їхня ідентичність нерідко стає домінантною. Прихильність до традиційних медіа (преси, радіо, телебачення) не робить настільки вирішального впливу на стиль життя, хоча й певним чином його характеризує. Преферування якихось медіа навряд чи є незаперечною аргументацією на користь МакЛюєнового «медіум є повідомлення» про реальність, що він репрезентує, але також не виключено, що ця преференція повідомляє нам щось суттєве про тих, кому вона властива. Тобто припу-

щення, що медіаджерело якимось чином співвідноситься зі структурами сприйняття і стилістикою комунікативної поведінки, не втрачає чинності у поясненні особливостей використання медіа та їхнього впливу.

Практики використання традиційних медіа

Інформаційно-культурні стилі, засновані на практиках контактів із традиційними медіа, розглянемо на прикладі України й Росії. У цих країнах, за очевидної близькості щодо повсякденної звички людей користуватися інформаційними джерелами, умови функціонування ЗМІ та їхні соціальні резонанси відмінні. Як вважається, українські медіа мають більшу автономію, ніж російські. Останні практично підконтрольні державі й беруть активну участь у конструюванні “віртуальної більшості”. Це, на думку експертів, призводить до дедалі більшої ритуалізації влади й деполітизації населення, негативно позначається на суспільному кліматі (*Дубин, 2005б*). В Україні зміст медіа-контенту суттєво залежить від політичних та владних установок медіа-бізнесу. Однак гостра конкуренція політичних еліт, які демонструють відсутність зв’язку між риторикою й дією, притлумлює інтерес широкої аудиторії до зтяжненого політичного аукціону.

Механізми заохочення політичної інертності аудиторії в Росії та Україні, мабуть, розрізняються – з огляду на те, що статус держави на медіаринку в цих країнах поки що не однаковий. Якщо два найбільш рейтингові російські телеканали належать державі, то більшість популярних українських телеканалів – недержавні, а втім, суспільне телебачення в обох країнах відсутнє. Не заглиблюючись у тему владних імперативів стосовно медіа, зупинимося на тому, що являє собою аудиторія медіа. Джерелом даних послужать матеріали третьої хвилі Європейського соціального дослідження 2006–2007 років, у якому брали участь Україна та Росія¹ (*Головаха, Горбачик, 2008*).

¹ Європейське соціальне дослідження (ESS) – загальноєвропейський моніторинговий проект (керівник – професор Лондонського університету Роджер Джовел). Перша хвиля ЄСД, у якій брали участь 23 країни, проводилася у 2002–2003 роках, друга хвиля за участю 24 країн – у 2004–2005 роках, третя хвиля за участю 25 країн – у 2007 році (<http://www.europeansocialsurvey.org>).

Незважаючи на появу нових, альтернативних медіа, говорити про глобальний переворот в інформаційній сфері, про розмивання сформованої структури споживачів було б передчасно. Виникають нові сегменти аудиторії, однак її соціальна неоднорідність зберігається. За закликом ринкової економіки медіа легітимують індивідуальні селективні практики, однак тою мірою, якою вони піддаються цільовому групуванню. Цими цільовими аудиторіями медіа опікуються, огорожують їх як майданчики для свого впливу, зберігаючи, якщо потрібно, або модифікуючи їх особливий соціокультурний статус. Тобто на формування аудиторій впливає ряд чинників: синдром найбільшого охоплення, властивий будь-якому сучасному медіа-оператору, міцність традиційних «вертикальних» моделей і лібералізація практик споживання інформації й розваг.

Здавалося б, на цьому тлі має очевидно виявитися загальна тенденція еволюції засобів поширення інформації. Луман зводить її до поступального заміщення ієрархічного порядку гетерархічним і розсіювання «просторової інтеграції суспільних операцій» завдяки незалежності комунікації від присутності її безпосереднього учасника (*Луман, 2005: 147–149*). Тим часом, у європейському ландшафті ця тенденція бачиться досить нерівномірною. В Україні та Росії традиційні медіа – преса, радіо й особливо телебачення – залишаються основними засобами суспільної комунікації.

Телебачення, безумовно, зберігає досягнуту ним тридцятиріччя тому позицію не тільки провідного каналу інформації, але й інструменту, що організує сучасне життя. Сьогодні, словами Бурдье, «“бути” – значить бути показаним по телевізору» (*Бурдье, 2002: 25*), або бути побаченим на телеекрані. Проте колись витіснене телебаченням радіо, схоже, знову демонструє сучасному жителю Європи свою функціональність і «діловитість», як це було після «радіореволюції» 20-х років минулого століття, що помітно змінила повсякденні звички європейців (*Гумбрехт, 2005: 58–63*). Мобільність, сумісність з іншими заняттями, вбудованість у сучасні засоби пересування підвищують привабливість радіо для жителів розвинених країн і середніх класів, які зростають у суспільствах, що трансформуються. Споживання преси забезпечу-

ють кілька факторів: відчуття групової причетності, ексклюзивність інформації, традиція, що нагадує про книжкову культуру – частина читачів дотепер жадають від цього засобу інформації «бути книгою, на яку він схожий у Європі» (McLuhan, 1995: 207). Функціональність кожного медіа, підкріплювана типовими обставинами й мотивами звернення до них, забезпечує взаємну «проекцію» медіа й аудиторії, надає стійкість їх узгоджуваним соціокультурним характеристикам.

За найзагальнішими показниками, щодня понад половину жителів Європи по 1,5–2 години дивляться телевізор, по 0,5–1 годині слухають радіо, до 0,5 години читають газети. В Україні й Росії ці показники відрізняються. Якщо в Україні середньоевропейська картина відтворюється цілком, то в Росії – тільки у разі преси. Більше половини дорослих росіян приділяють більше часу телеперегляду – 2–2,5 години в день, а радіо взагалі не слухають (рис. 1). За інтенсивністю споживання телебачення Росія, поряд із Великою Британією, Кіпром та Болгарією, потрапляє у групу країн, де дивитися телевізор – обов'язкова складова стилю життя, але лише в Росії й Болгарії телебачення беззастережно переважає над радіо (рис. 1)².

Детальніше зіставлення російської й української аудиторій медіа підтверджує виняткову прихильність росіян до телебачення. Радіо і преса менш привабливі для них, ніж для жителів України і тим паче – європейських країн (рис. 2). За розміром і українська, і російська телеаудиторії, як і європейська в цілому, прирівнюються практично до всього дорослого населення: у європейських країнах телевізор не дивляться 3%, в Україні – 6%, у Росії – 4%. Постійних глядачів, хто дивиться телевізор понад 2 години на день, у Європі – 44%, в Україні – 45%, у Росії – 51%. Розміри

² У другій хвилі ЄСД на стільки ж інтенсивним телепереглядом відрізнялися також Греція, Чехія, Ірландія, Естонія й Україна, показники яких у третій хвилі нижчі. Однак говорити про динаміку телеперегляду в короткий проміжок часу було б поспішним. Що ж стосується радіо, то жодна країна-учасниця другої хвилі не показала настільки низький рівень споживання, як Росія й Болгарія у третій хвилі (притому що в другій хвилі ці дві країни не брали участі).

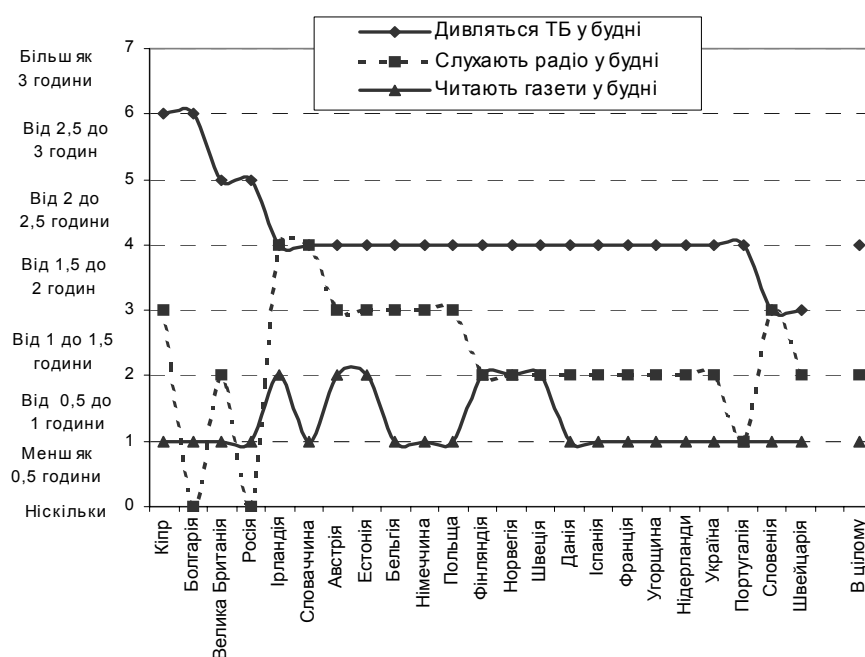


Рис. 1. Інтенсивність використання ЗМІ в європейських країнах: 2006–2007 (Ме)

аудиторії радіо суттєво скромніші: серед жителів ЄС взагалі не слухають радіо близько чверті дорослого населення (23%), тоді як регулярних слухачів – майже третина (31%). В Україні ці показники співвідносяться у протилежній пропорції: більш як третина дорослого населення взагалі не слухають радіо (37%), а регулярних радіослухачів трохи більше як чверть (27%). У Росії радіо популярне ще менше: більш як половина його не слухають (53%) і втричі менше тих, хто приділяє йому понад 2 години на день (17%). Пресу в країнах ЄС не читають 25%, в Україні – 30%, у Росії – 40% дорослого населення, тоді як постійних читачів, що присвячують пресі більш як 1 годину на день, – 14%, 13% і 11% відповідно (рис. 2).

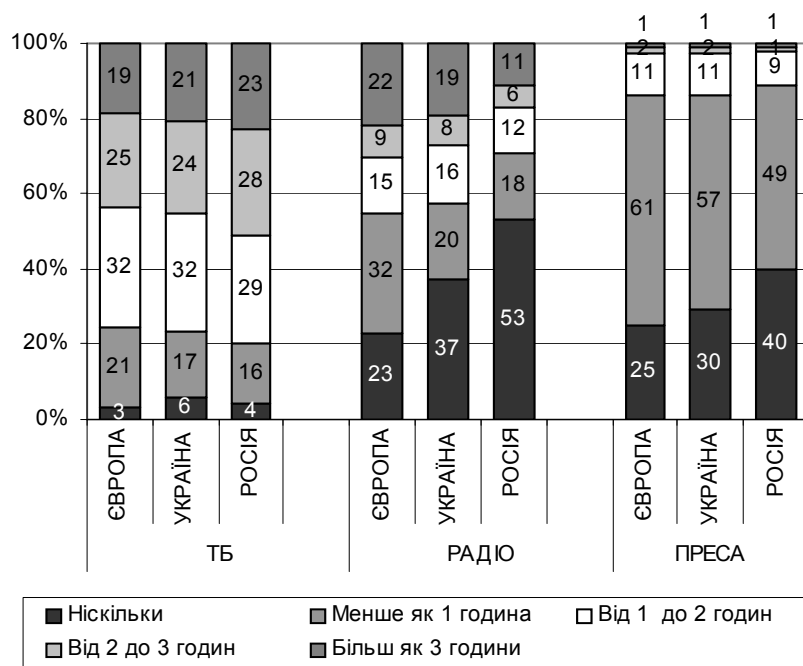


Рис. 2. Інтенсивність використання медіа в Україні, Росії та Європі: 2006–2007 (%)³

Соціокультурне підґрунтя вибору традиційних медіа досить міцне, але все-таки менш виразне, ніж у випадку з Інтернетом. Співтовариство Інтернет-користувачів можна сміливо уявляти як «втлені соціальні структури» (Бурдье) з імперативом соціальної впевненості. Маємо на увазі такі соціальні показники, як молодість, високі рівні освіти й доходу,

³ Оригінальна шкала, використовувана в ЄСД для вимірювання інтенсивності споживання телебачення, радіо та преси («Скільки часу Ви проводите біля телевізора [слухаєте радіо, читаєте газети] у будній день?»), включає такі альтернативи: «ніскільки», «менш як півгодини», «від половини до однієї години», «від однієї до півтори години», «від півтори до двох годин», «від двох до двох з половиною годин», «від двох з половиною до трьох годин», «більш як три години». Дані представлені відповідно до агрегованої шкали.

високий професійний статус, урбанізованість (табл. 1). Аудиторії всіх трьох традиційних медіа також помітно диференційовані за основними соціальними змінними. Структура європейської телеаудиторії формується згідно з такою залежністю: чим більший вік, нижчі рівні освіти й доходу, нижчий професійний статус і менший населений пункт, тим більше люди дивляться телевизор. У Росії ця лінія зберігається, але винятковим диференціатором слугує вік (і почасти професійний статус), хоча інтенсивність телеперегляду мало залежить від доходу й місця проживання. Тобто соціальні характеристики телеглядачів усереднені, це найбільш масова аудиторія. Специфічність української моделі полягає в тому, що найбільш вагомими характеристиками завзятих телеглядачів є саме більш висока освіта, невисокі доходи, а також проживання у великому місті, тобто йдеться про інтелігентну міську публіку (табл. 1).

Радіо в європейських країнах у цілому більше слухають жителі малих міст і сільської місцевості, з доходом, вищим за середній, меншою мірою це залежить від віку та освіти. В Україні практика прослуховування радіо радше характерна для людей похилого віку. У Росії, навпаки, вона більше поширена серед молоді, жителів великих міст, осіб з відносно високим доходом і професійним статусом, тобто серед високоресурсних груп (табл. 1).

Читання преси в європейських країнах можна назвати атрибутом респектабельності: включеність у цю практику тим вища, чим старші люди, чим вищі їхні освіта, дохід і професійний статус. Дослідження європейської аудиторії преси підтверджують цей факт, показуючи, що такі індивідуальні характеристики, як стать, вік, освіта й сімейний дохід, пояснюють більшу частину розбіжностей у звичках читання. Хоча національний контекст, особливості сформованої культури медіаспоживання відіграють досить суттєву роль в інтерпретації специфіки читання преси в різних європейських країнах (*Elvestad, Blekesaune, 2008*). В Україні та в Росії пресу теж частіше читає літня освічена публіка, однак у першій із країн це також провінціали, а в другій – люди з невисоким доходом (табл. 1).

Таблиця 1

Взаємозв'язок інтенсивності використання медіа
і соціальних змінних: 2006–2007 (R)

Медіа		Соціальні змінні				
		вік	освіта	дохід	статус	місце проживання
ТБ	Європа	0,147**	-0,139**	0,114**	0,114**	-0,047**
	Україна	0,017	0,077**	0,062**	-0,034	-0,068**
	Росія	0,092**	-0,049*	0,026	0,062**	0,023
Радіо	Європа	0,010*	-0,013*	-0,082**	0,004	0,048**
	Україна	0,060**	-0,034	-0,014	-0,015	0,022
	Росія	-0,071**	0,026	-0,051*	-0,051*	-0,134**
Преса	Європа	0,177**	0,103**	-0,121**	-0,101**	-0,026**
	Україна	0,133**	0,133**	-0,04	-0,062**	0,044
	Росія	0,193**	0,157**	0,047*	-0,066**	-0,016
Інтернет	Європа	-0,401**	0,308**	-0,361**	-0,383**	-0,098**
	Україна	-0,214**	0,143**	-0,111**	-0,138**	-0,200**
	Росія	-0,356**	0,154**	-0,234**	-0,274**	-0,299**

* Значимо на рівні 0,05%.

** Значимо на рівні 0,01%.

Традиційні медіа є основним джерелом інформації про політику, і їхній потенціал контролю над політичною свідомістю громадян досить значний. Одержання новин зі медіа – обов'язкова практика, реалізовувана більшістю. У європейських країнах це 93% телеглядачів, 83% радіослухачів, 85% читачів газет. В Україні, відповідно, – 91%, 88% і 85%. У Росії частки одержувачів новин зі ЗМІ трохи менші, особливо з радіо та преси: 88%, 71% і 73%⁴. Рівень залучення населення до новин через медіа варіює від країни до країни і значно залежить від ступеня інтересу до політики. Частки тих, кого цікавить політика в Україні й Росії, близькі до середньоєвропейських показників (47%, 43% і 47%, відповідно). Україна – єдина з учасниць ЄСД, де показник інтересу до політики різко знизився в період з 2005 до 2007 року (з 64% до 47%), тоді як у всіх інших країнах він практично не

⁴ Дані ЄСД дають можливість побудувати інтегральний індекс інтересу до політичних питань у медіа (ІПІ), що дає змогу здійснювати крос-культурне порівняння країн (Coromina, Saris, Oberski, 2007).

змінився (3–5%). Проте, незважаючи на розчарування в політиці, викликане політичною нестабільністю останніх років, звичка активно включатися в новинні й політичні програми у населення України зберігається. Серед тих українців, хто “дуже” цікавиться політикою, більш як половина дивляться телевізійні новинні випуски по 1–1,5 години на день, слухають новини по радіо по 1–1,5 години, читають про політику в пресі по 0,5–1 години на день. У європейських країнах, як і в Росії, ці показники нижчі: на новини по телебаченню й радіо понад половину населення відводять по 0,5–1 годині на день, на політичну пресу – до 0,5 години на день.

Звідси не випливає, що в Україні медіа довіряють більше, ніж будь-де⁵. За даними моніторингу «Українське суспільство», що проводиться Інститутом соціології НАН України, рівень довіри українців до телебачення, радіо, преси в останні роки трохи перевищує 30%, і майже така сама частка громадян не довіряють медіа. Щоб бути точними, варто сказати, що після президентських виборів наприкінці 2004 року був зафіксований помітний зигзаг довіри до медіа: у 2005-му його рівень підвищився (з 28% до 36%), але в 2006-му знову знизився (до 31%). Ці дані вказують одночасно на два моменти. По-перше, установка на авторитетність медіа як інформаційного джерела відносно стійка й не піддається настільки очевидному зламу, подібно до того, як це спостерігається стосовно інститутів влади. Схоже, медіа сприймаються як цілком автономна структура: політична ситуація змінюється, щось відбувається і з самими медіа, а їм майже тією самою мірою довіряють або не довіряють. В Україні медіа завжди довіряли більше, ніж владним структурам, і тільки в 2005 році, на піку політичної мобілізації громадян, картина була протилежною. По-друге, сприйняття медіа як інструмента впливу політичних еліт також незаперечне. У 2005 році медіа довіряли майже половина (49%) громадян України, які вважали себе тими, хто «виграв» у результаті «помаранчевої революції», і лише близько чверті (23%) серед тих, хто, на їхню думку, «програв». Водночас довіра до медіа

⁵ Європейське соціальне дослідження не має у своєму розпорядженні даних щодо довіри населення країн-учасниць до медіа.

у тих, хто не визначився щодо політичної ситуації, дорівнювала середньому показнику (30%) (Костенко, 2005: 82).

У Росії ступінь довіри до медіа в цілому вищий, ніж в Україні: у період з 2003-го до 2005 року в середньому до 45% росіян гадали, що сьогоднішні преса, радіо, телебачення цілком заслуговують довіри, до 25% – не цілком їм довіряли, 18% – зовсім не довіряли (Дубин, 2005б). Найбільш високі оцінки росіян стосуються Центрального телебачення, рівень довіри до якого зріс із 39% в 2003-му до 44% у 2005 році, причому серед жителів сіл – до 53%, тоді як всі інші медіа викликають довіру не більш як у 10% громадян (Дашевская, 2007).

Медіастилі: між звичкою і можливістю

У повсякденних практиках, як правило, медіа – преса, радіо, телебачення – не сприймаються окремо, й усі вони в тому чи іншому ступені затребувані. У Європі склалося кілька таких преференційних практик або стилів споживання медіа. Через кластерний аналіз виділяються п'ять таких «типових комбінацій» залежно від інтенсивності контактів із трьома основними джерелами інформації (рис.3). За даними трьох хвиль ЄСД, вони відтворюються без суттєвих змін упродовж останніх років, що свідчить про їхню певну стійкість⁶. Ці типи можуть бути умовно позначені відповідно до способу сприйняття інформації. Форми її подання (візуальний образ або текст, мова – усна чи письмова, часові режими та ін.) багато в чому визначають для споживачів вибір тих чи інших медіа. Людям потрібний смисловий, естетичний, фізіологічний комфорт, а надто відчуття власної ідентичності – із глядачем, читачем або слухачем. Насамперед це стосується Інтернету – невідомого раніше формату репрезентації.

Вирізнено такі типи споживання медіа:

1. Аудіо-візуальна культурна практика, ґрунтована на інтенсивному споживанні телебачення й радіо при низькому

⁶ Розбіжності в розмірах сегментів зумовлені, першою чергою, варіативністю списку країн, що беруть участь у різних хвилях дослідження. Наприклад, участь у третій хвилі ЄСД Росії й Болгарії, де високий рівень споживання телебачення, підвищує частку сегмента «Візуальна культура».

споживанні преси. Частка медіаспоживачів даного типу в 2003 році становила 18% від усієї європейської аудиторії, 2005 – 18%, 2007 – 16%.

2. Помірне або, точніше, мінімальне споживання традиційних ЗМІ: невисокий рівень залучення до телебачення, низький рівень споживання радіо та преси (28%, 32%, 33% відповідно).

3. Аудіальна культура, що припускає інтенсивне споживання радіо при рівні споживання ТБ, нижчому за середній та низькому рівні щодо преси (18%, 21%, 19% відповідно).

4. Візуально-вербальна практика, що комбінує рівень споживання ТБ і преси, вищий за середній, при середньому рівні споживання радіо (13%, 13%, 10% відповідно).

5. Візуальна культура, що віддає перевагу телебаченню при низькому споживанні радіо й преси (23%, 16%, 22% відповідно).

На карті Європи області поширення різних практик використання медіа репрезентовані цілком виразно і з тією самою наочністю сегментують країни, що й три-чотири роки тому (рис. 4) (Костенко, 2007: 179). Полюси на цій карті – радіо

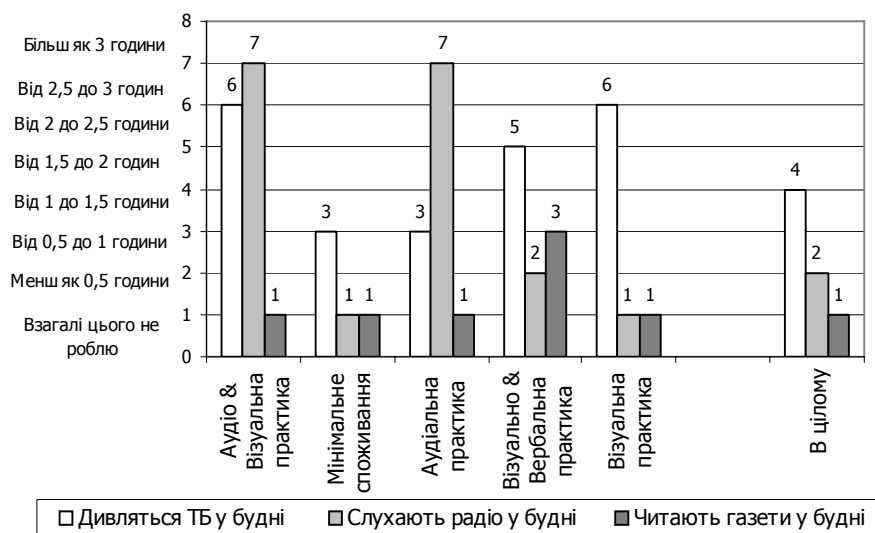


Рис. 3. Стилі споживання медіа в Європі: 2006–2007 (Ме)

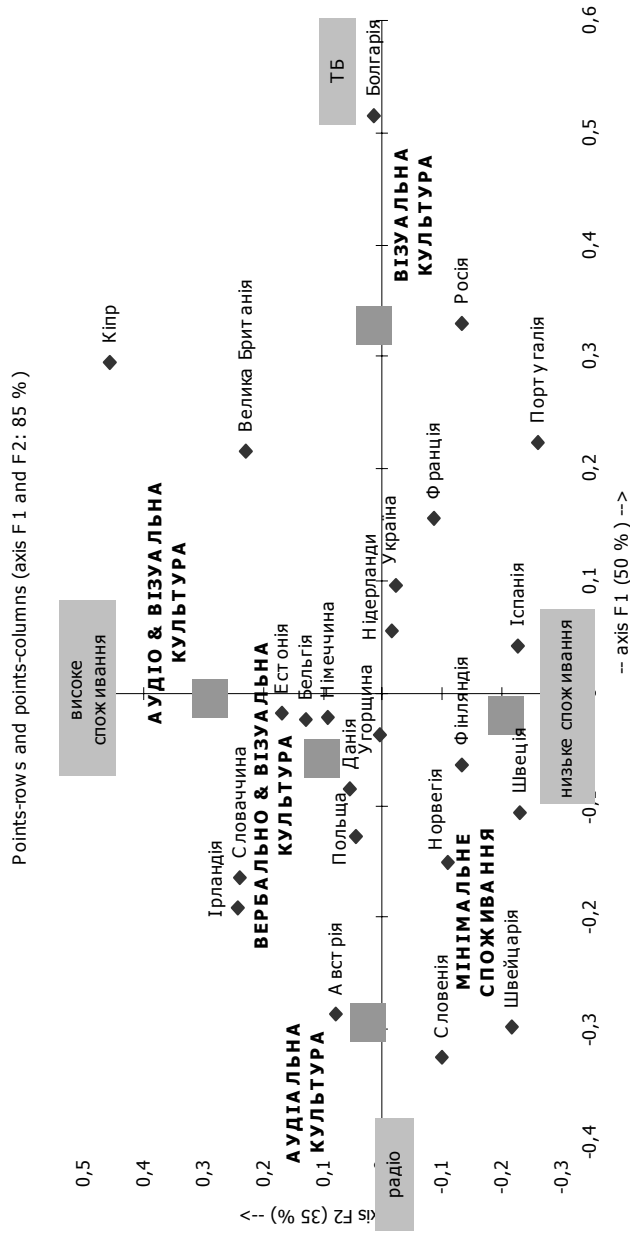


Рис. 4. Стилі споживання медіа в європейських країнах: 2006–2007 (кореспондентс аналіз, чІ)*
 * Кореспондентс аналіз описує 85% інформатції, чІ = 3442,644 (df = 88), чІ критичне значення = 110,901 (df = 88), значимо на рівні $\alpha = 0,050$.

й телебачення, а також високий і низький рівні споживання медіа. Розбіжності у середніх показниках щоденного використання телебачення, радіо та преси у країнах, що тяжіють до різних сегментів, досить значні.

Стилі споживання медіа пов'язані із соціальними характеристиками аудиторій. Це – вік, освіта, особливості інформаційної поведінки в статусних і професійних групах, ступінь включення в новітні комунікації, відкритість до інновацій або прихильність традиції, нарешті, економічний розвиток регіонів і їхній культурний та політичний досвід. Тобто на підставі спостережень за практиками користування медіа можна говорити про соціокультурні особливості тих груп населення, які ці практики реалізують. Можна також розглянути тенденції у сфері соціальних комунікацій: підтримувати авторитет колишніх медіалідерів і одночасно спонукати та привчати аудиторію до одержання інформації сучасними, динамічними способами.

На користь останніх роблять вибір прихильники найпоширенішого стилю *ПОМІРНОГО / МІНІМАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ* традиційних ЗМІ. Цього стилю дотримується третина дорослого населення Європи (33%), а серед людей із вищою освітою, професіоналів і менеджерів різного рівня – значимо більша частина (43%, 39%, 37% відповідно). Також більшою мірою він притаманний людям молодого (18–29 років) і середнього (30–55 років) віку (38% і 36%), з доходом, що забезпечує «комфортабельне життя» (36%). Найменш характерний цей стиль для старшого покоління (24%). Половина тих, хто стриманий у споживанні традиційних медіа, активно – кілька разів на тиждень – користуються Інтернетом (49%), причому близько третини (35%) роблять це щодня. Здебільше цю культурну практику супроводжують орієнтації на «постматеріалістичні» цінності: самостійність, досягнення, порозуміння між людьми, турбота про природу⁷. Словом, йдеться про активну й освічену євро-

⁷ Дані кореспонденс аналізу, що фіксує спряженість типів споживання медіа із ціннісними орієнтаціями їхніх носіїв (ч1), свідчать про значимий зв'язок суджень класу «досягнення», «самостійність», «універсалізм», «добррозичливість» типом «ПОМІРНЕ / МІНІМАЛЬНЕ СПОЖИВАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ МЕДІА».

пейську публіку, високостатусну або ту, що бажає стати такою, – публіку, котра не обмежує своє коло джерел інформації. Типовий приклад – скандинавські країни: Швеція (44%), Норвегія (38%), Фінляндія (39%).

Сегмент, де телевізор дивляться настільки ж помірно (половина – по 1–1,5 години на день), зате щодня подовгу слухають радіо (половина – більш як 3 години на день), тобто де віддають перевагу *АУДІАЛЬНІЙ* культурі, включає п'яту частину жителів європейських країн (19%). Цей стиль частіше практикується серед людей молодого й середнього віку (20% і 22% відповідно), із середньою і вищою освітою (21% і 20%), представників малого бізнесу й самозайнятих, фермерів, а також техніків і бригадирів (23–25%), жителів сільської місцевості (26%), осіб із доходом, що дає змогу «жити комфортно» (22%). Аудіальний стиль контактів із традиційними ЗМІ, як і стиль їх помірного споживання, доповнюється активним використанням Інтернету (частка тих, хто виходить у мережу щодня або кілька разів на тиждень, становить 47% – проти 40% серед європейців у середньому). Також серед прихильників аудіального стилю найбільше власників мобільних телефонів (85% проти середнього показника 80%). Порівняно з іншими сегментами тут вище поцінують новизну, розмаїтість і ризик, можливість приємно проводити час, повноцінно жити в сьогоденні⁸. Можна сказати, що це цілком благополучна, мобільна, відкрита до змін аудиторія, яка не бажає сковувати свою рухливість прихильністю до джерела інформації й вибирає медіа, що не перешкоджає іншим заняттям. Менш характерний цей стиль для людей, старших 56 років (15%), осіб з освітою, нижчою за середню (18%), жителів великих міст (17%), із невисоким і низьким доходом (13–17%). Типові країни – Австрія (29%), Швейцарія (29%), Словенія (30%), де висока частка неміського населення й де телебачення не більш популярне, ніж радіо (рис. 4).

АУДІО&ВІЗУАЛЬНИЙ стиль споживання медіа, орієнтований на радіо- і телекомунікацію, характерний для 16%

⁸ За даними кореспонденс аналізу, стиль «АУДІАЛЬНА КУЛЬТУРА» статистично значимо сполучений із цінностями «стимуляція» і «гедонізм».

жителів Європи, половина з яких щодня від 2,5 до 3-х годин дивляться телевізор і понад 3 години слухають радіо. Цей стиль більше популярний серед людей старшого віку (20%), з нижчою за середню освітою (18%), працівників фізичної праці (18–19%), із середнім і нижчим за середній доходом, на який «можна жити» не без «певних труднощів» (17%). Пресу в цьому сегменті читають не менше, ніж у більшості інших, але нові види комунікації освоєні слабше: більш як половина прихильників цього стилю взагалі не використовують Інтернет (56%), а щодня до нього звертається тільки кожний п'ятий (21%). Порівняно з іншими представники цієї групи частіше опікуються питаннями безпеки й відповідальності за неї покладають на державу. Для них неприпустима демонстративна поведінка, тобто вони не прагнуть до активності, дотримуючись патерналізму і традиції⁹. Аудіовізуальний стиль найменш характерний для молоді та зрілої публіки (14%), осіб з вищою за середню освітою (10%), професіоналів і менеджерів різного рівня (12–14%), з гарними доходами (14%). Але він не властивий також і соціально слабким категоріям – людям, які відчувають серйозні матеріальні труднощі (15%). До країн, де цей сегмент досить виразний, відносяться Ірландія (22%), Словаччина (25%), а також Кіпр (32%), Велика Британія (21%), де рівень споживання телебачення все-таки вищий, ніж радіо (рис. 4).

У центрі європейської карти комунікаційних стилів розташовується сегмент *ВІЗУАЛЬНО&ВЕРБАЛЬНОЇ* культури. Вона відрізняється від усіх інших більш рівномірним використанням всіх традиційних медіа, і насамперед високим рівнем прихильності до читання преси. Щоденна практика читання займає в половині цієї аудиторії від 1 до 1,5 години. Це найменший сегмент (10%), але він ширше представлений серед людей старшого віку (15%), осіб з вищою за середню освітою (12%), професіоналів і менеджерів різного рівня (12–14%), жителів великих міст і передмість (12%), тих, кого влаштовує їхній дохід (12%). Активних користувачів Інтернету (які виходять у мережу щодня) в цьому сегменті 26%, що трохи поступається середнім показникам за євро-

⁹ «АУДІО&ВІЗУАЛЬНА» культурна практика статистично значимо пов'язана із цінностями «безпека», «традиція».

пейським масивом. Візуально-вербальний стиль менше поширений у молодіжному середовищі (18–29 років – 6%), серед осіб з освітою, нижчою за середню (8%), громадян із низькими доходами й певними матеріальними проблемами (7%). Для прихильників цього стилю значима думка інших, визнання й повага з їхнього боку, важливо підтримувати звичний перебіг подій, дотримуватися загальних правил і жити в конформному оточенні¹⁰. Це радше консервативна, компетентна стосовно інформації аудиторія середнього класу. Типові країни – Німеччина (14%), Естонія (13%), Данія (12%), Нідерланди (10%). До цього стилю тяжіє й Україна (8%), тоді як і візуальний сегмент із високим рівнем споживання телебачення тут перевищує середні розміри.

Нарешті, більш як п'ята частина європейців дотримуються *ВІЗУАЛЬНОГО* стилю, використовуючи телебачення як майже єдине інформаційне джерело (22%). Половина представників цього сегменту дивляться телевізор від 2,5 до 3 годин на день, тоді як радіо й газетам приділяють менш як 0,5 години. Візуальний стиль найбільш характерний для соціально слабких категорій, людей старших за 56 років (26%), пенсіонерів (27%), працівників фізичної праці й сільськогосподарських робітників (27–30%), осіб з освітою, нижчою за середню (26%), тих, хто має низький дохід і зазнає серйозних матеріальних труднощів (34%). Серед представників цього сегменту майже дві третини взагалі не користуються Інтернетом (61%), серед них найбільш високою є частка тих, хто не має мобільного телефону (27% проти 21% у середньому). Для носіїв цього стилю важливо спиратися на традиції, поводитися належним чином і, звичайно ж, бути спроможним, мати гроші й дорогі речі¹¹, тобто мати те, чого вони позбавлені. Менш характерний цей стиль для людей з освітою, вищою за середню (15%), матеріально благополучних (16%), професіоналів (15–17%). Типові країни – Болгарія (43%), Росія (34%), Португалія (28%), Франція (28%), Україна (26%).

¹⁰ «ВІЗУАЛЬНО&ВЕРБАЛЬНА» практика статистично значимо пов'язана із традиційними й політичними цінностями: «конформність», «традиція», «влада».

¹¹ Тип «ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА» найтісніше пов'язаний із цінностями «традиція», «конформність», «безпека».

Серед розглянутих інформаційно-культурних стилів можна позначити дві групи: більш «просунуті», узгоджувані з тенденціями розвитку комунікативних систем, і більш традиційні, ув'язані зі звичними способами одержання інформації. Перша група затребувана соціально впевненою публікою, досить забезпеченою, освіченою, орієнтованою на самостійність, досягнення, гедонізм, новітні засоби комунікації (*ПОМІРНЕ СПОЖИВАННЯ, АУДІАЛЬНИЙ СТИЛЬ*). Другій групі віддають перевагу люди старшого віку, середні верстви (*АУДІО&ВІЗУАЛЬНИЙ, ВІЗУАЛЬНО&ВЕРБАЛЬНИЙ СТИЛІ*), більш пасивні, соціально уразливі категорії (*ВІЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ*) з установками на конформізм, традиції, статус і безпеку.

Диференціація європейських країн за практиками медіаспоживання здійснюється різними інструментами. Досить обґрунтованим можна вважати критерій співвідносності медіасистеми з політичною системою суспільства. Даніел Галін і Паоло Манчині вирізняють три моделі медіасистем: *Північноєвропейська демократична корпоративістська модель*, характерна для скандинавських країн, а також Бельгії, Швейцарії, Австрії, Німеччини, Нідерландів; *Північноатлантична ліберальна модель* (Велика Британія, Ірландія); *Середземноморська, або поляризована плюралістська модель*, спостережувана у Франції, Португалії, Іспанії та Греції (Hallin, Mancini, 2004). Дослідники преси Ейрі Елвістад та Арилд Блекісон, що оперують даними ЄСД, загалом згодні з релевантністю такої конструкції, доповнюючи її моделлю медіаспоживання в пострадянських країнах Східної Європи (Elvestad, Blekesaune, 2008: 443). Суттєву роль у розрізненні медіа-систем вони відводять практикам читання газет і циркуляції їх на національному медіаринку. Проте позиції окремих країн очевидно не вписуються в таку типологію (рис. 1). І низка гіпотез, таких, наприклад, як апеляція до впливу протестантизму або «довіри до парламенту» на звичку читання навряд чи виявляються виправданими (Elvestad, Blekesaune, 2008: 442). Необхідність урахувати взаємозв'язок показників, що характеризують індивідуальний і національний рівні, як аргументують ці дослідники, безперечно, відчувається у крос-культурному аналізі медіасистем. Пропонована тут типологія інформаційно-культурних стилів – один з таких способів.

Інформаційно-культурні стилі в Україні та Росії

Серед близького для України та Росії оточення полярними зразками споживання медіа є Словенія й Болгарія. Тут частки протилежних за установками та перевагами сегментів – більш інертного *ВІЗУАЛЬНОГО* і більш мобільного *АУДІАЛЬНОГО* – співвідносяться у зворотній пропорції (11% : 30% проти 43% : 8% відповідно). Україна за структурою комунікаційних стилів близька радше до Естонії й Угорщини, де розміри стильових груп подібні до середньоєвропейських (рис. 5). Структура національних аудиторій указує тут на збалансованість «перспективних» та «інертних» сегментів, з невеликим зсувом у бік перших. Однак якщо в цих країнах серед прихильників нових комунікацій досить значима частка Інтернет-користувачів, то в Україні їх дуже мало. Російська ж масова аудиторія біцентрична: більш як третина *ПОМІРНО ВИКОРИСТОВУЄ МЕДІА*

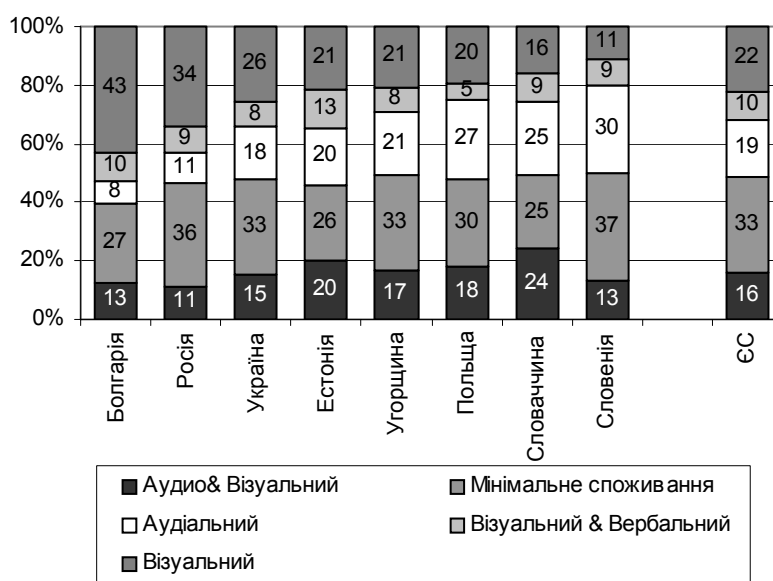


Рис. 5. Стилі споживання медіа в постсоціалістичних країнах: 2006–2007 (%)

(36%), і приблизно стільки ж (34%) практикують переважно *ВІЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ*, де телебачення компенсує всі інші життєві дефіцити.

Морфологічні образи найбільш стильових сегментів у Росії й в Україні також не збігаються (табл. 2). У країнах ЄС у цілому вибір тих чи інших комбінацій медіа насамперед зумовлений віком, що часто є вирішальним чинником соціокультурних виборів і практик, а також освітою (коефіцієнти поєднаності дорівнюють відповідно 0,188 і 0,162). У Росії ці критерії – вік і статус (0,183 і 0,174). В Україні ж це не стільки вік (0,145), скільки соціальна ідентичність громадян: їхній статус, дохід, місце проживання – 0,207; 0,165; 0,165 відповідно (рис. 6). Молоді люди в Україні демонструють більшу прихильність до стилю тільки у випадку *ПОМІРНОГО СПОЖИВАННЯ*, не будучи активнішими за інших у використанні якогось із джерел інформації (рис. 7). У Росії вікові пріоритети більш визначені й маркують полярні аудиторії. *АУДІАЛЬНА* практика в Росії, як і в європейських країнах у цілому, популярніша серед мобільної публіки, орієнтованої на такі цінності, як задоволення від життя, новітні комунікації, і є особливо характерною для молоді, жителів великих міст, студентів (відповідно 16%, 14%, 17% проти 11% у середньому по Росії). В Україні ця практика дотепер популярніша серед старшого покоління, яке зберегло радянську звичку користуватися радіоточками (22% проти 18% у середньому по Україні), та осіб з низьким рівнем освіти (23%), для яких важлива традиція й конформність.

ВІЗУАЛЬНИЙ же стиль у європейських країнах більше характерний для людей старшого віку з невисокою освітою. У Росії він, хоча й відчутно поширений, є також ближчим для соціально слабких категорій. В Україні практика використання телебачення як єдиного джерела інформації більш популярна серед осіб віком 30–55 років і жителів великих міст (по 29% відповідно при 26% в середньому по Україні) і практично не залежить від рівня освіти. Для цієї групи, крім установки на конформізм, важливою є цінність «добре проводити час».

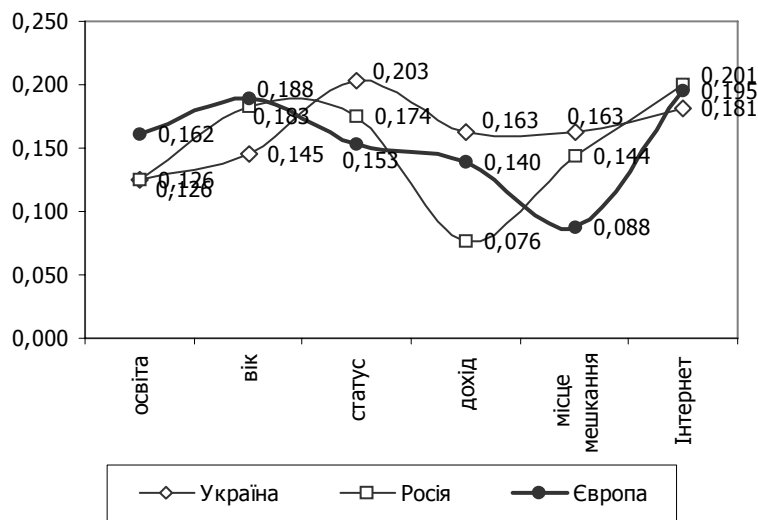


Рис. 6. Зв'язок медіастилів із соціальними змінними, Україна, Росія, Європа: 2006–2007 (Contingency Coefficient)

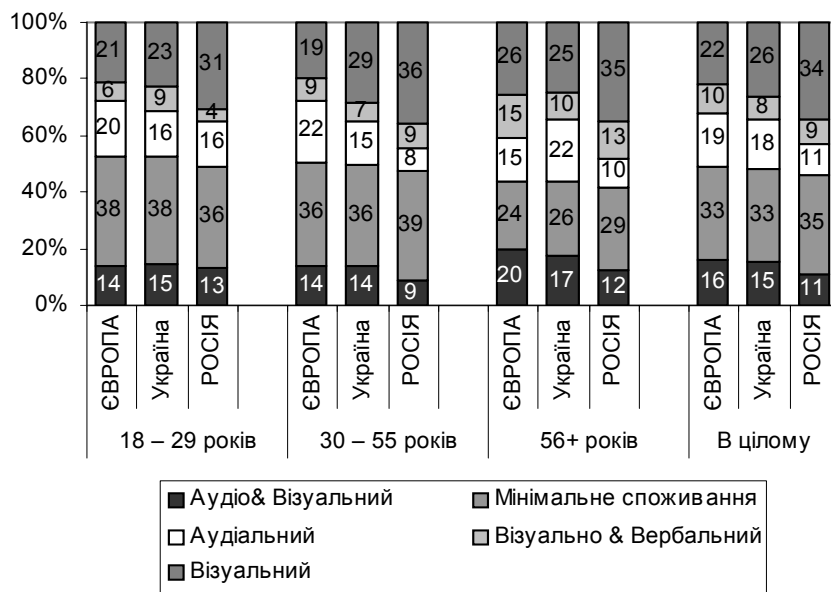


Рис. 7. Розміри стилевих сегментів у вікових групах у Росії, Україні, Європі: 2006–2007 (%)

Таблиця 2

Соціокультурні особливості аудиторій
в Україні та Росії, 2006–2007

УКРАЇНА	РОСІЯ
<i>Помірне споживання</i> <i>Стиль більше виражений у групах:</i>	
33% <ul style="list-style-type: none"> ■ чоловіки (35%), 18–29 років, 30–55 років (36–38%), дохід середній, освіта вища за середню (36%), жителі невеликих міст (36%) ■ працюючі, студенти, вищі професіонали й адміністратори, малий бізнес (36–40%) ■ частіше, ніж у середньому, користуються Інтернетом (9% проти 6%), мобільним телефоном (48% проти 44%) ■ освіта нижча за середню, некваліфіковані робітники, хворі й непрацездатні (36–39%) ■ універсальні цінності рівності й рівних можливостей, доброзичливість у спілкуванні із близькими та друзями, фінансове благополуччя 	35% <ul style="list-style-type: none"> ■ 30–35 років (39%), освіта вища за середню (37%), дохід вищий за середній (43%), жителі невеликих міст і сіл (36–38%) ■ працюючі, студенти (39–40%), професіонали й адміністратори вищого й середнього рівня (38–41%), дрібні власники (38%) ■ частіше, ніж у середньому, користуються Інтернетом (23% проти 21%), мобільним телефоном (61% проти 59%) ■ сільгоспробітники (42%), домогосподарки (38%) ■ орієнтація на самостійність, творчість, нові ідеї, доброзичливість, успіх і визнання
<i>Стиль менш виражений у групах:</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 56 і більше років, пенсіонери, нефізична праця низької кваліфікації (22–26%) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 56 і більше років (29%), пенсіонери, безробітні (26–28%), непрацездатні (19%), рутинна нефізична праця, техніки, кваліфіковані робітники (30%), освіта нижча за середню, низький дохід (33%)

Продовження таблиці 2

ВІЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 26% ■ жінки (27%), 30–55 років (29%), низький дохід (33%), освіта середня, вища за середню (27%), жителі великих і малих міст, передмість (29–31%) ■ кваліфіковані робітники, рутинна нефізична праця (29–33%), домогосподарки, непрацевдатні, безробітні (32–35%) ■ показники користування Інтернетом і мобільним зв'язком нижчі за середні (3% і 43% відповідно) ■ конформізм, повага з боку інших & бажання гарно проводити час 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 34% ■ жінки, 30–55 років, 56 і більше років (35–36%), освіта середня, нижча за середню (36–41%), дохід низький, нижчий за середній (36%), жителі сіл (39%), малих міст (35%) ■ техніки, кваліфіковані робітники, сільгоспробітники, рутинна нефізична праця (39–41%), непрацевдатні, пенсіонери, домогосподарки (38–40%) ■ низькі показники користування Інтернетом (14%) і мобільним зв'язком (52%) ■ конформізм: поводитися належним чином, додержуватися правил, традиції, універсальні цінності рівності, турбота про природу
<ul style="list-style-type: none"> ■ 18–29 років, особи що працюють, студенти (21–23%), дохід вищий за середній (9%), активні користувачі Інтернету (8%) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 18–29 років (31%), вища освіта (29%), дохід вищий за середній (22%), жителі більших міст (29%), керівники вищого рівня, фахівці, студенти (25–28%), активні користувачі Інтернету (20%)
АУДІАЛЬНИЙ СТИЛЬ	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 18% ■ 56 і більше років (22%), освіта нижча за середню (23%), жителі сіл (19%), середній дохід (32%) ■ пенсіонери (21%), керівники середньої ланки (22%), учні (21%), рутинна нефізична праця (31%), малий бізнес (26%) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 11% ■ 18–29 років (16%), дохід вищий за середній (12%), велике місто, передмістя (14–16%) ■ студенти (17%), професіонали вищого рівня (13%), малий бізнес (12%)

Продовження таблиці 2

<ul style="list-style-type: none"> ■ середні показники користування Інтернетом і мобільним зв'язком ■ традиційність, звичка слухати радіо, допомога іншим & досягнення, успіх, самостійність ■ 30–55 років, 18–29 років (15–16%), професіонали й адміністратори вищого рівня (13%), техніки, некваліфіковані робітники (14–16%), домогосподарки, безробітні (13–14%) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ найвищі показники користування Інтернетом (33%) і мобільним зв'язком (69%) ■ самостійність, воля, нові ідеї та речі; статус, повага від інших, досягнення & демонстрація своїх можливостей, добре дозвілля ■ 30–55 років (8%), низький дохід (10%), освіта вища (5%) або нижча за середню (9%), жителі малих міст і сіл (9%), безробітні, домогосподарки (8–9%), робітники (9%), не користуються Інтернетом (9%)
АУДІО & ВІЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ	
<p>15%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 56 і більше років (17%), середня освіта (21%), дохід нижчий за середній (17%) ■ техніки на виробництві, військові, фермери (29–33%) ■ найменше мобільних телефонів (38%), практично не використовують Інтернет (2%) ■ дотримання правил, повага з боку інших, соціальна інертність & задоволення від життя, демонстрація своїх можливостей, сприймати нові ідеї 	<p>11%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 18–29 років (13%), 56 і більше років (12%), освіта нижча за середню (12%), середній дохід (12%), жителі великих міст, передмість (12–13%) ■ рутинна нефізична праця (15%), непрацездатні (17%), пенсіонери, студенти (13%) ■ показники користування Інтернетом – середні (22%), мобільним телефоном – вищі за середні (64%) ■ добре дозвілля, бажання одержувати задоволення, гедонізм
<ul style="list-style-type: none"> ■ дохід вищий за середній (5%), керівники вищого рівня (13%), учні, освіта нижча за середню (11–12%) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 30–55 років (9%), вища освіта (10%), жителі сіл, сільгоспробітники (7–8%), фахівці (8%), безробітні (6%)

Продовження таблиці 2

ВІЗУАЛЬНО&ВЕРБАЛЬНИЙ СТИЛЬ	
8%	9%
<ul style="list-style-type: none"> ■ 56 і більше років (10%), вища освіта (13%), середній дохід (10%) ■ керівники вищого рівня (11%), кваліфіковані робітники (10%), пенсіонери (10%) ■ цікавляться політикою (16%) ■ показники користування Інтернетом і мобільним зв'язком – середні ■ учні, студенти (10%) ■ консерватизм, безпека & пошуки пригод, новизни, розмаїтості 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 56 і більше років (13%), вища освіта (24%), дохід вищий за середній (12%), жителі великих міст, передмість (10%) ■ керівники (12%), дрібні власники (14%), пенсіонери (11%), непрацездатні (15%) ■ дуже цікавляться політикою (15%) ■ показник користування Інтернетом – середній (24%), мобільним зв'язком – нижчий за середній (55%) ■ відповідальність уряду за безпеку громадян, розуміти інших людей, бути спроможним
<ul style="list-style-type: none"> ■ працівники нефізичної праці (7%), безробітні, непрацездатні, домогосподарки (2–5%), низький дохід (4%) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 18–29 років (4%), освіта нижча за середню (5%), жителі сіл (6%), студенти (2%)

Інтернет і нові комунікації

Альтернативою традиційним медіа, і насамперед телебаченню, стає Інтернет. Однак для Росії та України це ще досить віддалена перспектива, тому що залученість до мережі в наших країнах за європейськими масштабами надто низька. Першою чергою це стосується України. За даними ЄСД, у розвинених скандинавських країнах Інтернетом користуються більш як три чверті дорослої аудиторії, у колишніх соціалістичних країнах – від третини до п'ятої частини, в Україні ж – менше десятої частини (рис. 8).

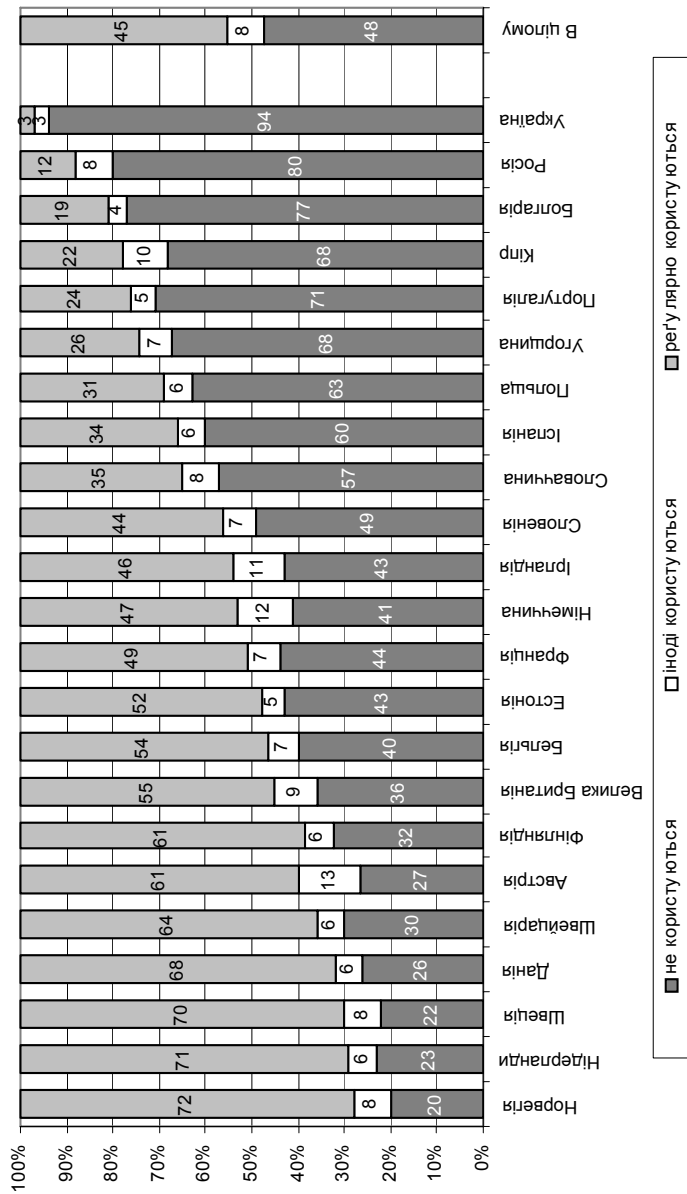


Рис. 8. Використання Інтернету в країнах Європи: 2006–2007 (%)¹²

¹² У цьому випадку оригінальна шкала, застосовувана в ЄСД для вимірювання інтенсивності користування Інтернетом («Як часто Ви користуєтеся Інтернетом або електронною поштою – вдома або на роботі – у своїх особистих цілях?»), була агрегована в такий спосіб: «не використовують Інтернет» («немає доступу до Інтернету ні вдома, ні на роботі», «ніколи не користується»), «користуюся іноді» («рідше, ніж раз на місяць», «кілька разів на місяць»), «користуюся регулярно» («раз на тиждень», «кілька разів на тиждень», «щодня»). Дані представлені відповідно до агрегованої шкали.

В Україні також найнижчі показники включення в Інтернет серед людей віком 18–29 років (рис. 9). У постсоціалістичних Естонії та Словенії Інтернетом з тією чи іншою частотою користується практично вся молодь (93% і 88% відповідно). У Словаччині, Польщі, Угорщині – дві третини й більше (71%, 66%, 65% відповідно). У Болгарії та Росії – 55% і 42%. Серед української молоді Інтернет використовують менш як п'ята частина (17%), причому тільки 9% можна вважати регулярними користувачами; більш як 80% української аудиторії до 30 років практично не знайомі з новими інформаційними системами. Серед молоді з вищою освітою частка користувачів Інтернету підвищується до третини (35%), тоді як у Росії – до двох третин (67%), а в Польщі та Естонії – до абсолютної більшості (88% і 100% відповідно). Значно активніше Інтернетом користуються молоді жителі більших міст: в Україні – 37%, у Росії – 60%, у Польщі та Естонії – 88% і 94% відповідно.

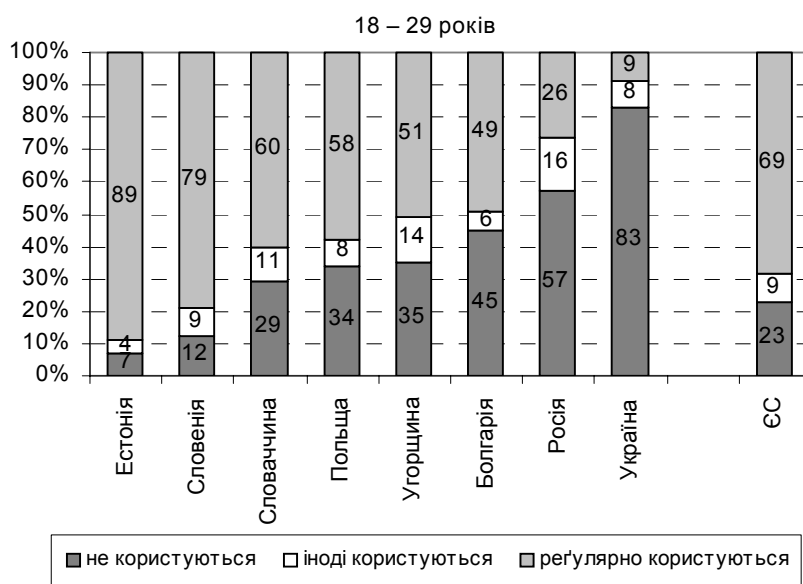


Рис. 9. Використання Інтернету молоддю (18–29 років) у постсоціалістичних країнах, 2006–2007 (%)

Інтернет не може не бути чинником, що коригує включення у традиційні медіа. При цьому його роль не така велика, щоб уважати його організатором суспільної комунікації. Масове поширення Інтернету в Європі все ще в майбутньому, якщо мати на увазі, що досі майже половина дорослої аудиторії там обходиться без нього (48%, із них 33% не мають доступу, 15% не користуються), тобто значимо більша частина, ніж та, що обходиться без радіо та без преси. Водночас у низці розвинених країн цей поріг відстороненості від Інтернету, безперечно, переборений. У Нідерландах і Швеції частка неохоплених мережею близька до частки тих, хто не слухає радіо (23% і 22% vs 27% і 20%), а в Бельгії та Франції – до частки тих, хто не читає пресу (40% і 44% vs 41% і 39%). Що стосується Росії й України, то тут формування масового інформаційного суспільства відбувається «поза зоною дії» Мережі, тому що переважна більшість дорослої аудиторії нею не охоплена (80% і 94% відповідно). Точніше сказати, Інтернет-сигнали та повідомлення якщо й досягають населення, то радше в переказі, у ретрансляції з боку публічних і локальних лідерів, інших медіа, через систему фільтрів, згідно з відомими раніше двоступінчастими моделями комунікації (Кац, Лазарсфельд). Звернувшись до прикладу України, можна припустити, що суспільство навряд чи відчуває особливий дискомфорт у цьому зв'язку. За даними соціологічного моніторингу «Українське суспільство» за період 2003–2007 років, частка тих, хто не відчуває потреби в Інтернеті, знизилася в молодіжній групі з 66% до 48%, у середній віковій групі – з 80% до 68%, у старшій – з 96% до 89% (*Українське суспільство...*, 2008). Потреба в Інтернеті все ще невелика, а включення в електронні комунікації відбувається не настільки стрімко, щоб можна було говорити про радикальний характер цього процесу. Радше він набуває рутинних форм.

Вплив залучення до Мережі на інтенсивність користування основними джерелами інформації неоднозначний: Інтернет може сприяти контактам із ними або ж становити їм явну конкуренцію. Принаймні, активна Інтернет-комунікація не перешкоджає європейцям активно слухати радіо та читати газети, однак не поєднується зі звичкою активного

телеперегляду (коефіцієнт лінійної залежності R дорівнює відповідно 0,030; 0,044; -0,210 і є значимим у всіх трьох випадках; див. табл. 3). У Росії та Україні цей зв'язок безперечний стосовно телебачення: ті, хто інтенсивніше користуються Інтернетом, менше дивляться телевизор (-0,106; -0,078). У випадку з радіо російський варіант у порівнянні з європейським показує навіть вищу комплементарність Інтернету (0,101), але щодо преси спостерігається протилежний зв'язок: активні читачі менше користуються Інтернетом (-0,062). Для жителів України це не є твердим правилом, статистично підтвердженою залежністю. Та й говорити про правило тут навряд чи доречно: частка користувачів Інтернету в Україні за європейськими мірками мінімальна (6% проти 20% у Росії).

Таблиця 3

Взаємозв'язок інтенсивності використання традиційних медіа та Інтернету: 2006–2007 (R)

<i>Регіони</i>	<i>Інтернет</i>		
	<i>ТБ</i>	<i>Радіо</i>	<i>Преса</i>
ЄВРОПА	-0,210**	0,044**	0,030**
УКРАЇНА	-0,078**	0,013	-0,011
РОСІЯ	-0,106**	0,101**	-0,062**

** Значимо на рівні 0,01.

Поза сумнівом те, що з поширенням Інтернету інтеграція громадськості зазнає дедалі більшого зсуву із просторової сфери в культурну, набуваючи структурної невизначеності. Однак утвердження гетерархічного порядку в умовах постійного вдосконалення технологій дається Інтернетові все-таки з великими зусиллями й відбувається із запізненням. Парадокс Інтернету – очевидна розбіжність між задумом і його втіленням. Такі цінності, як найбільш ефективний інформаційний обмін, віртуальна демократія, особиста участь у політичному й культурному житті та ін., у дійсності обернулися практикуванням стимуляції соціальних нерівностей. Ця розбіжність стійко зберігається, зокрема в досить просунутій щодо цього Європі. Соціальні дослідники вбачають тут також інші асиметрії, що стосуються структурних змін

публічної сфери. «Користування Інтернетом одночасно розширило й розділило комунікативні контексти... Однак горизонтальне й менш формалізоване утворення комунікативних мереж одночасно вихолощує досягнення традиційних публічних сфер... Інтернет сприяє загальній рівності, що можна лише вітати, однак платою за це виявляється децентралізація доступу до невідредагованих висловлювань. У таких умовах, – зауважує Ю.Габермас, – висловлення інтелектуалів втрачають свою здатність фокусувати увагу публіки» (Хабермас, 2006). У країнах, де є проблеми зі свободою преси, ситуація має ще один негативний бік. Завдання відновлення традиційних для цих країн публічних сфер легше виконувати шляхом політизованого ринку медіа або державного патронажу над масовим телебаченням, оскільки ТБ витісняється зі сфери інформаційних інтересів ініціативної частини суспільства, що віддає перевагу Інтернетові (Смирнов, 2005). Молодь, що є менш ініціативною, але має соціальну перспективу, як і зріла публіка, не включена в новітні лібералізовані комунікації, обмежується традиційними підконтрольними медіа й відкрита для впливу трансльованої ними стандартизованої інформації.

* * *

Сьогодні численні потоки комунікативних пропозицій від медіасистем насправді можуть бути опановані аудиторіями лише частково. Селекція комунікацій дедалі очевидніше вимагає особливої організації, спеціальних індивідуальних і масових стратегій їх регуляції. Особливості інформаційно-культурних стилів російської й української аудиторій свідчать про більшу схильність першої до визначеності, повідомлюваної телебаченням. Другу приваблює розмаїтість звичних інформаційних джерел за одночасної неухильності до новітніх альтернатив і відчутних статусних впливів на практики споживання медіа. Український і російський споживач інформації не відрізняється винахідливістю у виборі комунікацій, залишаючись переважно у традиційних соціальних контекстах. Стили поведінки людей у медіасередовищі досить виразно пов'язані з їхніми культурними домаганнями й очікуваннями і залишаються цілком сталими й інерційними. І це не може не надихати політичний і ринковий менеджмент.

3.2. Культурні преференції регіонів

Регіональні відмінності та глобальні впливи

Наявність соціокультурних відмінностей в Україні на рівні регіонів, як відомо, обумовлена історично: об'єднання територій в межах нинішньої української держави відбувалося різними шляхами, у різні історичні періоди, заселення цих територій представниками етнічних, мовних, конфесійних, соціо професійних груп теж має свою специфічну історію. Відповідно, відбувалися складні процеси формування соціокультурних ідентичностей, в тому числі просторових, регіональних, їх зміни, утворення нових конфігурацій у зв'язку із соціальними трансформаціями (Ручка, 2002а). Регіональні ідентифікації, стереотипи функціонують в українському суспільстві на рівні повсякденної свідомості, утворюючи нормальне підґрунтя для розрізень, формування відчуттів “Ми” – “Вони” в гетерогенному, полікультурному соціумі.

У дослідженні феномена регіональності доцільно застосувати поняття “регіональна субкультура” як специфічна конфігурація цінностей, уявлень, традицій, соціокультурних практик, притаманних мешканцям певної території країни. Використання поняття “субкультура” дає змогу робити наголос саме на культурних механізмах утворення “уявлених спільнот”, із визнанням їхніми членами тих чи інших цінностей і норм, прийняттям чи відторгненням певних символічних систем, (не)приєднанням до культурних практик. У соціології дедалі частіше наголошується важливість інтерпретації смислів і значень, які конструюються як інституціонально (політика, медіа, освіта тощо), так і у сприйнятті різноманітних подій, репрезентацій учасниками соціального життя. Вважають за доцільне вивчати смисли та значення на основі аналізу не лише ціннісних орієнтацій і преференцій, а й реалізації їх у практиках, котрі часто можуть бути неусвідомлюваними, нераціональними, а здійснюватися на засадах традиції, звички, конвенцій, габітуальності.

Вивчення соціокультурних процесів у сучасному суспільстві неможливо здійснювати без урахування контексту

глобалізації. В сучасних концептуалізаціях цього процесу заслуговують на особливу увагу підходи із наголосом на ролі культури, культурно-символічної складової глобалізації. В цьому зв'язку застосовують такі концепти, як гомогенізація культури, поляризації та культурні нерівності, гібридизація культур, територіалізація / детериторіалізація тощо (Лалл, 2002; Ручка, 2008; Holton, 2000). Так, Арджун Аппадурі підкреслює важливість динамічного розуміння глобальної культури та впливу її на місцеві культури. Він доводить проблематичність гомогенізації й уніфікації культури завдяки дії п'яти вимірів (scape або шафтів) глобальної культури: етновиміру, техновиміру, фінансового виміру, медіавиміру та ідеовиміру. Кожен вимір має власні обмеження та можливості, створюючи певні умови та обмеження для інших вимірів, результати їх взаємодії досить важко передбачити (Appadurai, 1996). Для розуміння специфіки ситуації в Україні на рівні регіональних субкультур у контексті глобалізаційних впливів необхідні зусилля на шляху операціоналізації цих та інших понять. Отже, нас цікавлять гомогенізувальні впливи культури, що глобалізується, а також їхня “зустріч” на рівні регіональних субкультур і ті констеляції культурних преференцій і практик, які утворюються внаслідок цієї взаємодії.

Регіональні субкультури: динаміка етнокультурної дистанції

Усталених підходів до вирізнення “регіонів” не існує. Як правило, на основі емпіричних даних загальноукраїнських репрезентативних опитувань, вибірка яких пов'язана з адміністративно-територіальним поділом, дослідники формують 10, 6 або 4 регіони (див.: *Макеев, Патракова, 2006*). Останній варіант є досить популярним, тому що дає змогу досягти достатньої статистичної наповненості таких підвбірок, перевірити статистичну значимість диференціацій на рівні таких угруповань (*Стегній, 2005*). Далі буде використано дані моніторингу “Українське суспільство” та омнібусів Інституту соціології НАН України 2006, 2007, 2009 років. Застосовується вирізнення чотирьох регіонів/

субкультур в Україні: Захід, Центр, Південь і Схід. Підтвердженням того, що усвідомлення себе як представника однієї з чотирьох регіональних спільнот властиве опитуваним, є результати відповідей на запитання “Оцініть, будь ласка, якою мірою Вам близькі або не близькі наведені нижче групи нашого суспільства”. У переліку груп, близькість до яких пропонувалося оцінити за 7-бальною шкалою, де 1 — дуже близькі, 7 — зовсім чужі, були й такі угруповання, як мешканці східних/західних/центральных/південних областей. Серед опитуваних, які входять до зазначених чотирьох підгруп, вирізнених у вибірці, спостерігається найменша дистанція до відповідних угруповань у списку варіантів відповіді на це питання, що свідчить про усталену ідентифікацію з певним регіоном країни. У випадку оцінки близькості до мешканців інших областей дистанція завжди більша.

Відповіді на це запитання можна розглядати, звісно, і як свідчення різного ступеня відчуження, дистанціювання, закритості стосовно жителів інших регіонів нашої країни. Динаміка цього показника обнадійлива: порівняно з даними 1999 року (див.: Ручка, 2002б: 150) дистанціювання зменшилося (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка регіональних відмінностей у ставленні до різних суспільних угруповань, 1999, 2007 (середньозважена за шкалою 1–7, де 1 — дуже близькі, 7 — зовсім чужі)

Ставлення до:			Захід		Центр		Південь		Схід	
	1999	2007	1999	2007	1999	2007	1999	2007	1999	2007
Мешканців східних областей	3,45	2,89	3,82	3,28	3,63	3,42	3,69	2,68	3	2,2
Мешканців західних областей	3,77	3,3	3,21	2,31	3,79	3,45	3,89	3,42	4,02	3,7
Мешканців центральних областей	3,48	2,93	3,67	3,08	3,38	2,76	3,62	2,91	3,39	3,03
Мешканців південних областей	3,53	3,04	3,8	3,29	3,63	3,34	3,31	2,37	3,39	3,01

У західному регіоні зберігається вища дистанція до мешканців східних і південних областей порівняно із центральними, але впродовж цих 8 років вона від 3,8 балів — ближче до позиції “4” на шкалі, що означає “байдужі”, наближається до позначки 3 — “радше близькі, ніж ні” (3,3). На Сході дистанціювання від населення західних областей є порівняно більшим (3,7), але теж зменшилося з часу опитування 1999 року (4,02).

Іншим показником регіональних ідентифікацій можуть слугувати відповіді на запитання 2009 року «Які регіональні спільноти громадян України здатні об’єднати (консолідувати) українське суспільство?» Вважають, що такою спільнотою може бути населення Західної України 8–9% опитуваних Сходу і Півдня, 16% опитуваних Центру і 37% — найвища частка — представників Західного регіону. Подібна ситуація у випадку позиції «населення Східної України» — її обрали 43% респондентів Східного регіону, тоді як на Півдні — 24%, у Центрі — 16%, на Заході — 17%.

Здається, що зусилля політиків у справі маніпуляцій громадською думкою на основі акцентування регіональних відмінностей у сприйнятті певних проблем дали протилежний ефект, посилили серед людей розуміння того, що реальні питання, які треба нагально розв’язувати в державі, камуфлюються дешевою риторикою.

Так, на запитання 2007 року щодо вибору (не більш як десяти) найважливіших проблем, які існують на даний момент у державі, відповіді розподілилися таким чином: підвищення загального рівня зарплат, пенсій, стипендій (61,4%), боротьба з корупцією (61%), поліпшення медичного обслуговування (53%), боротьба із злочинністю (52,8%), зниження цін на товари та продукти першої необхідності (50,3%), зменшення плати за квартиру і комунальні послуги (49,7%) тощо (*Українське суспільство, 2007: 468*). Суспільство продовжує перебувати у стані, коли для значної частини населення не задоволені базисні, вітальні потреби: матеріальний добробут, охорона здоров’я, стабільне, безпечне середовище, дієва, некорумпована влада. Саме ці проблеми, на жаль, є “об’єднувальними” для мешканців різних регіонів. Такі ж питання, як взаєморозуміння між Сходом і Заходом країни, хвилюють 26% опитуваних, переважно меш-

канців саме Західного і Східного регіонів; підтримка національної культури й української мови – 16% (на Заході – 28%), розв’язання питання про статус російської мови в Україні — 18,8% (на Півдні і Сході 28% і 30% відповідно). На такому самому рівні актуальності перебувають проблеми приєднання до різних міжнародних союзів і блоків: вступ України до ЄП хвилює 21% опитуваних, до ЄС – 19%, до НАТО – 12%. Ці та інші “другорядні” для громадської свідомості і для повсякденного життя людей проблеми зусиллями політичних сил і медійними засобами регулярно конструюються як нагальні, першочергові, з метою маніпулювання почуттями, емоціями, історичною пам’яттю людей і відволікання таким чином від концентрації уваги на проблемах першого ряду.

Регіональні відмінності мовної компетентності та мовних практик

Однією з основних символічних систем, яка диференціює на повсякденному рівні регіональні субкультури, є мова — мислення, спілкування, розуміння медійної, ділової та іншої інформації. Білінгвістичність нашої країни є відомим фактом, проте проблема знаходження балансу функціонування української та російської мови, який задовольняв би мешканців різних регіонів, до цього часу є нерозв’язаною, створюючи одну із зон напруги в українському суспільстві.

Споживання культурних благ, продуктів мас-медіа, масової культури в різних регіонах має свою специфіку, ґрунтовану на мовних преференціях. Власне, рівень компетентності щодо української та російської мови в суспільстві досить високий. За самооцінками, українською і російською вільно володіють відповідно 71% і 79% опитуваних. Практично не розуміють ту чи іншу мову лише 1–1,5%. Решта – головню розуміють обидві мови, хоча різною мірою (див. табл. 2). В Західному регіоні 93% вільно володіють українською, кожен другий — російською, у Східному регіоні ситуація дзеркально протилежна. В Західному і Східному регіонах кожен четвертий може читати і писати, але має проблеми при розмові (відповідно, російською або українською). На Півдні 89% вільно володіють російською і 59% — українською; в Центрі — 84 і 77% відповідно.

Таблиця 2

Регіональні відмінності мовної компетентності
щодо української і російської мови, 2007 (%)

Рівень володіння мовами	Українська	Російська	Захід		Центр		Південь		Схід	
			Українська	Російська	Українська	Російська	Українська	Російська	Українська	Російська
Можу вільно говорити, читати та писати	70,6	78,7	93,4	51,3	83,5	77	58,6	89,4	47,4	93,2
Можу вільно читати та писати, але маю проблеми при розмові	13,6	13,4	4,3	24,9	11,2	16,7	14,6	7,5	24,2	5,8
Можу вільно читати цією мовою, але не пишу і не розмовляю	6,9	4,5	2	13,5	3	3,9	10,3	1,9	13,1	0,8
В основному розумію цю мову, але в розмові і читанні маю певні проблеми	6,9	2,4	0,3	7,7	1,9	2,1	13,4	0,6	12,3	0,3
Практично не розумію цієї мови	1,6	0,8	–	2,6	0,4	0,4	3,1	0,6	3	–

Значна частина населення активно користується обома мовами залежно від ситуації. Додатково прояснити цю специфіку допомагають запитання, поставлені в опитуванні 2007 року щодо мови мислення в повсякденному житті, мови спілкування вдома, на вулицях, в публічних містах тощо. Варіанти відповідей були такими: виключно українською; переважно українською, але зрідка й російською; змішаною мовою, в якій вживаються як українські, так і російські слова; переважно російською, але зрідка і українською; виключно російською. Також пропонувалося визначитися, якою мовою хотіли б дивитися фільми, телепередачі, слухати радіопередачі, читати газети, художні книги тощо. В цьому випадку варіанти відповідей були такими: тільки українською; тільки російською; і українською, і російською однаковою мірою;

не має значення, українською чи російською; іншою мовою; важко відповісти.

Як показує аналіз цих даних, в українському суспільстві широко побутує вживання змішаної мови, а також вживання під час мовлення російською українських слів, і — навпаки. Змішану мову інакше називають суржи́ком і по-різному оцінюють це явище: від того, що вважають це оригінальною, специфічною рисою України до гнівних філіппік щодо “забруднення” літературної мови, зниження рівня мовної культури (див. докл.: *Шульга, 2007*).

Соціологічний аналіз динаміки мовної ситуації на підставі моніторингових даних свідчить, що поширення україномовних практик за роки незалежності не відбулося, радше можна говорити про продовження процесів деукраїнізації та русифікації (*Вишняк, 2007*). На нашу думку, важко цьому дивуватися, зважаючи на те, що сприйняття значної кількості інформації в сучасному суспільстві відбувається через споживання мас-медійних продуктів. На телебаченні, радіо поширені формати, коли навіть в одній передачі поперемінно звучать українська і російська мови; україномовний сегмент Інтернету не назвеш дуже розвиненим, значну частину Інтернет-продуктів українські користувачі споживають російською мовою. Міжособистісне спілкування теж насичене використанням обох мов, поширеною практикою є перехід на ту мову, якою розмовляє співбесідник.

Ситуація на рівні регіонів, звісно, розрізняється: змішані мовні практики поширеніші в Центрі, а також на Півдні; тільки російську частіше використовують і хотіли б використовувати під час споживання культурних продуктів на Сході країни, а на Заході відповідно — українську (див. табл. 3). Менша частка відповідей (тільки російською/українською) може свідчити, на нашу думку, про вищий рівень толерантності, “незацікленості” в мовних питаннях. Можливо, це прикро з лінгвістичної точки зору (з огляду на підтримання чистоти літературної мови, підвищення культури мовлення тощо), але міжособистісні, міжгрупові стосунки в суспільстві ґрунтуються на намаганні зрозуміти один одного, на повазі до відмінностей іншого. Коли в розмовах російськомовних мешканців Сімферополя чи Луганська починають з’являтися «непереводимые» українські вирази з політичних

промов, реклами чи телесеріалів, то це є певним свідченням прийняття сучасних реалій нашого суспільства, можливо, мимовільного, але зменшення дистанціювання щодо україномовної культури.

Таблиця 3

Пріоритети користування тільки українською
або тільки російською в різних регіонах, 2007 (%)

Варіанти відповіді	За вибіркою		Захід		Центр		Південь		Схід	
	Тільки українська	Тільки російська	Тільки українська	Тільки російська	Тільки українська	Тільки російська	Тільки українська	Тільки російська	Тільки українська	Тільки російська
Мова мислення у повсякденному житті	29,3	34,9	82,2	2,6	35,9	13,9	4,2	50,2	4	75,1
Мова спілкування у своїй сім'ї (вдома)	28,8	27,9	80,8	1,7	36	9,5	3,1	46,9	3,8	52,7
Мова спілкування на вулицях, у магазинах та громадських місцях	24,1	30,7	73,4	1,1	28	10,5	2	51,1	2,1	58,4
Бажана мова новин, суспільно-політичних передач по радіо і ТБ	19,3	26,2	60,2	1,4	20,5	9,1	3,1	42,7	1,7	50,2
Бажана мова розважальних передач (ток-шоу, КВН, концерти) по ТБ	12,8	31,2	43,5	2,9	11,1	14,4	3,1	48,6	1,1	56,5
Бажана мова спортивних передач по ТБ	14,4	27,7	47,7	2,6	13,5	9	2,8	44,5	1,3	53,6
Бажана мова фільмів російського виробництва	8,4	62,1	29,4	35,4	6,7	52,9	2,2	71,1	0,6	84,6
Бажана мова дубльованих зарубіжних фільмів (крім російських)	14,3	40,4	44,7	8	14,3	24,2	3,4	57,4	1,5	68,5
Бажана мова при читанні газет	14,3	40,4	61	3,2	17,8	10,5	3,1	53,1	1,3	61,7
Бажана мова при читанні художніх книг	13,9	36,9	50,3	6,3	10,9	16,9	2,2	56,7	1,1	65,9

На запитання щодо бажаної мови, якою хотіли б слухати по радіо, дивитися по телебаченню новини, суспільно-політичні передачі; дивитися розважальні/спортивні передачі, фільми, читати газети, художні книги, значна частина опитуваних обирає відповіді “і українською, і російською однаковою мірою”, “не має значення, українською чи російською”. Ці два варіанти щодо бажаної мови новин, суспільно-політичних передач обрали 53% серед загалу опитуваних, розважальних передач — 55%, спортивних передач — 53%, дубльованих зарубіжних фільмів — 43%, газет — 47%, художніх книг — 46%, фільмів російського виробництва — 28%. На Сході, Півдні кожен другий досить спокійно сприймає трансляцію новин, розважальних, спортивних передач українською мовою, тоді як фільми (особливо російського виробництва), газети, художню літературу більша частина мешканців цих регіонів воліли б споживати російською мовою. В Західному регіоні порівняно із Східним у багатьох випадках менша частка тих, хто наполягав би суто на українській мові трансляції передач, фільмів, публікацій тощо. Так, на Заході частка тих, хто хотів би читати художні книги тільки українською, становить 50%, на Сході — тільки російською — 66%. На Заході значною є частка прихильників недубльованого українською мовою російського кіно (35%), за українську мову дублювання висловилися 29%. У Центральному регіоні найвища частка тих, хто не вбачає особливої проблеми, якою мовою читати чи дивитися телепередачі — більшість сприймає українську і російську як взаємозамінні.

Існують відмінності мовних пріоритетів серед опитуваних різного віку. Так, розмивання ригористичності у користуванні мовою, сприйнятті культурних продуктів спостерігається серед молодших вікових груп у Західному регіоні. В цілому на Заході думають у повсякденному житті суто українською 82%, але у групі віком 18–29 років — таких 74%; 30–54 років — 84%, 55 років і більше — 87%. Читали б газети тільки українською 61% опитуваних на Заході, але у групі до 30 років таких 55%, а серед старших за 55 років — 72%. Фільми російського виробництва тільки російською хотів б дивитися кожен третій з опитуваних на Заході, передусім

молоді люди (43%) і люди середнього віку (39%). Подібна ситуація й у випадку читання художніх книг, телепередач тощо. На Сході читати газети тільки російською хотіли б 76% респондентів до 30 років, 68% – 30–54 років, 61% – старших за 55 років; читати художні книги — відповідно, 83%; 71%; 73%. На Півдні приблизно кожен другий серед різних вікових груп хотів б читати газети тільки російською, решта (приблизно 45%) обирають варіанти “і українською, і російською”, “не має значення”. Білінгвізм найпоширеніший у Центральному регіоні: наприклад, художні книжки читали б тільки російською 17%, тільки українською — 11% (без значних відмінностей за віком), решта — читали б тією чи іншою мовою, або не надають цьому особливого значення.

Ставлення до західної /східнослов'янської культури і “вестернізації”

Регіональні субкультури розрізняються і за виразністю ідентифікації їх представників із західноєвропейською/східнослов'янською культурою. На запитання 2007 року “Скажіть, традиції, цінності та норми поведінки громадян яких країн найбільш близькі до Ваших?”, – відповіді за регіонами розподілилися таким чином: на Заході 40% опитуваних ближчими до власних вважають традиції, цінності та норми поведінки мешканців країн Західної Європи, в Центрі – 19%, на Півдні 12%; на Сході 11% (див. табл. 4). Серед молоді до 30 років Західного регіону таких 45%, Центру – 21%, Півдня – 15%, Сходу – 11,5%. На Сході 62% вважають ближчою культуру східнослов'янських країн, на Півдні – 52%, в Центрі – 43%, на Заході – 28% опитуваних. У цьому випадку значимих відмінностей серед молоді не спостерігається.

Характерно, що кожен третій із респондентів не зміг визначитися з відповіддю в цьому питанні, тобто громадська думка з цієї проблеми в цілому і в різних регіонах не є усталеною, чітко артикульованою. Можливо, річ у тому, що політичний і медійний дискурс із цих питань доволі суперечливий: ідеться про формування європейської ідентичності, ринкової економіки, правового суспільства, що

Таблиця 4

Регіональна диференціація оцінки близькості культури (традицій, цінностей та норм поведінки) різних країн, 2007 (%)

<i>Близькість до:</i>	<i>За вибіркою</i>	<i>Захід</i>	<i>Центр</i>	<i>Південь</i>	<i>Схід</i>
Країн Західної Європи	11,1	26,1	10,2	5,7	5,8
Радше країн Західної Європи, ніж східнослов'янських	8,4	13,8	9,2	6,8	5
Важко сказати	33,1	31,5	37,1	35,5	27,2
Радше східнослов'янських країн, ніж країн Західної Європи	25,9	17,8	25,1	30	30,5
Східнослов'янських країн	20,6	10,9	18,4	22	31,5

часто пов'язують із досвідом розвинених західних країн. З іншого боку, як у повсякденному сприйнятті, так і в науковому, медійному дискурсі, західна культура часто отожднюється з масовою культурою — банальною, стереотипною, з трилерами, бойовиками, примітивними телесеріалами, штампами в кінопродукції тощо.

Зафіксувати ставлення до цих проблем у різних регіонах допомагають запитання щодо оцінки загрози Заходу нашим традиціям і цінностям, а також необхідності використовувати досвід Заходу в побудові розвиненого суспільства (див. табл. 5). Із тим, що Україні є чому повчитися у Заході стосовно демократії та ринкової економіки, погоджуються від 49% на Сході країни до 65% на Заході, тобто можна говорити про певну узгодженість думок із цього приводу в різних регіонах. Стосовно ж оцінок “згубного” впливу західної культури на наші традиції спостерігаються більш значні розбіжності: гостріше відчувають загрозу мешканці Сходу країни (52%) і Півдня (43%), в Центрі таких 31%, на Заході – 20%. Молоді люди менш схильні оцінювати вплив культури Заходу як загрозу, хоча відмінності присутні: на Сході 28% опитуваних до 30 років не погоджуються із цим судженням, на Заході – 39%.

Таблиця 5

Регіональні відмінності у ставленні до культури Заходу, 2007 (%)

<i>Запитання та варіанти відповіді</i>	<i>За вибіркою</i>	<i>Захід</i>	<i>Центр</i>	<i>Південь</i>	<i>Схід</i>
<i>Вплив Заходу загрожує нашим культурним традиціям і цінностям</i>					
Не згоден	26,4	35,9	26,8	25,7	18,9
Частково згоден, частково ні	23,8	25,2	28,3	20,3	20,4
Згоден	36,6	19,8	30,9	43,3	51,5
Важко відповісти	13,1	19,2	14,1	10,6	9,3
<i>Україні є чому повчитися у Заході в питаннях політичної демократії та ринкової економіки</i>					
Не згоден	12,2	10	9,6	15	14,4
Частково згоден, частково ні	13,3	12,6	20,5	20,7	26,3
Згоден	62,7	65,4	56	55	48,5
Важко відповісти	14,5	12	13,9	9,3	10,9

Можна відзначити суттєву частку амбівалентних відповідей (частково згоден, частково ні), особливо у разі оцінки загрози нашій культурі та цінностям (майже кожен четвертий обрав цей варіант), ще 13% не змогли визначитися з відповіддю. Цікаво зіставити, чи відповідає це вербальне прийняття/відторгнення західної культури преференціям і практикам споживачів культурних продуктів у різних регіонах.

Пріоритети споживання культурних продуктів у регіональному вимірі

Як і багато інших країн за добу глобалізації, Україна не може конкурувати у виробництві й поширенні своїх культурних продуктів із могутніми “культурними індустріями”. Реальністю є споживання нашою аудиторією продукції теле-, кіноіндустрій, музичних і книжкових індустрій іноземних держав, першою чергою Росії, США, а також західноєвропейських, латиноамериканських країн тощо.

В опитуванні 2007 року респондентам було запропоновано визначитися, які фільми та серіали вони хотіли б дивитися

за умови вільного вибору (див. табл. 6). Виявилось, що зберігають свою значущість серед телеглядачів радянські фільми, особливо для старшого покоління: 74–78% респондентів старших 55 років обрали їх у Центральному, Південному, Східному регіонах; у Західному – лише 37% серед цієї вікової групи. Ностальгія за знайомими реаліями, зберігання значущості радянської ідентичності (необов'язково декларованої) для істотної частини населення, улюблені актори і теми радянського кіно, російська мова – все це, мабуть, сприяє такій важливості цих фільмів для відповідних регіональних субкультур.

Таблиця 6
Регіональні відмінності преференцій щодо перегляду фільмів і серіалів по телевізору, 2007 (%)

<i>Бажані фільми та серіали</i>	<i>За вибіркою</i>	<i>Регіон</i>			
		<i>Захід</i>	<i>Центр</i>	<i>Південь</i>	<i>Схід</i>
Радянські фільми	56,9	35,6	63,9	59,3	62,8
Сучасні російські фільми	46,6	33,2	49,7	49,6	50
Українські фільми	32,8	45,3	36,1	28,8	22,1
Сучасні російські серіали	30,6	26,4	29,1	32,4	34,4
Європейські фільми	22,6	27,5	21,7	22,6	19,3
Американські фільми	21,5	26,9	17,7	23,9	19,3
Українські серіали	20,1	26,6	19,1	18,9	17,3
Індійські фільми	17,2	20,1	17,9	14,5	17,1
Європейські серіали	6,4	8	7,5	5,4	4,5
Лагіноамериканські серіали	5,3	5,2	3,5	7,3	5,5
Американські серіали	5,1	8,3	3,2	5,6	4,5

Кожен другий серед опитуваних Східного, Південного, Центрального регіонів хотів би дивитися сучасні російські фільми. В Західному регіоні таке бажання висловив лише кожен третій, але за рахунок старшого (19%) і середнього (36%) покоління, тоді як серед молоді ця частка сягає 46%.

Сучасні російські серіали хотіли б дивитися 30% респондентів, більше їх прихильників серед людей старшого віку в Південному і Східному регіонах (37–40%).

Українське кіно є найбільш затребуваним у Західному (45%) і Центральному (36%) регіонах, але втрачає актуальність у Південному (29%) і Східному (22%) регіонах. Подібною є ситуація з українськими серіалами: частка їх прихильників знижується від 26% у Західному регіоні до 17% у Східному.

Європейські та американські фільми обирають по 22–23% опитуваних, трохи більше в Західному регіоні (по 27%). Але у даному випадку більш значимими за регіональні є вікові відмінності. На Сході країни американські фільми хотіли б дивитися 37% молоді, на Півдні – 42%, у Центрі – 29%, на Заході – 50%. Серед старшого покоління частка прихильників американських фільмів становить 4–9%. Європейські фільми частіше обирають молоді люди Західного регіону (43%), Центрального (32%), на Півдні та Сході частка їх становить 30% і 24%, відповідно.

Ще виразніше гомогенізувальний вплив масової культури західного і російського зразка на активну аудиторію простежується у відповідях на запитання “Яке кіно Ви вважаєте найцікавішим особисто для себе (саме на таке кіно Ви насамперед купили би квиток до кінотеатру?”. За регіонами пріоритети розподілилися таким чином: Західний – українське (26%), американське, “голівудське” (20%), російське (19%), європейське (12%); Центральний – російське (45%), українське (19%), американське (14%), європейське (6%); Південний – російське (45%), американське (17%), українське (11%), європейське (9%); Східний – російське (59%), американське (14%), європейське (5%), українське (4%). Кінопродукцією активніше цікавиться молодь, представники середнього класу, які в змозі купити квиток у новітні кінотеатри, знайти новий чи улюблений фільм на диску, в Інтернеті тощо. Серед молоді до 30 років у всіх регіонах на першому місці голівудське кіно (39%), на другому – російське (33%), на третьому – європейське (10%), а українське – на четвертому місці (7%). Навіть у Західному регіоні українське кіно обрали лише 13% молоді.

Цю провальну для культурної політики наших керманців сфери вітчизняного кіновиробництва ситуацію підтверджують опосередковано й інші дані: рейтинг найбільш касового фільму за тиждень у різних країнах на спеціальному сайті в Інтернеті (boxofficemojo.com). Порівняємо дані по Україні і по нашій сусідці – Польщі. За 43 тижні 2008 року самими популярними в кінотеатрах України були: 21 фільм виробництва США (наприклад, «Wall-E», «Хенкок», «Кунг Фу Панда», «Індіана Джонс і королівство кришталевого черепа», «Секс і місто» тощо); 11 фільмів спільного виробництва США та інших країн (Великобританія, Німеччина та ін.); 8 фільмів виробництва Росії (наприклад, «Ирония судьбы. Продолжение», «Адмиралъ»); 1 британський фільм; 1(!) фільм виробництва України («Сафо»). В межах цих самих 43 тижнів 2008 року в Польщі впродовж 11 тижнів найпопулярнішими були фільми США, 13 – фільми спільного з США виробництва, 4 тижні – європейського виробництва, 15 тижнів – польського виробництва. В останньому випадку це лише 4 фільми, але вони подобалися глядачам, на них купували квитки (навіть якщо це не шедевр світової кінематографії, а лише вітчизняний продукт масової культури в Польщі).

Конфігурацію уподобань щодо культурної продукції в різних регіонах демонструють і *практики прослуховування музики*. На запитання 2007 року “Яку музику Вам подобається слухати?”, – відповіді розподілилися наступним чином: сучасні пісні російської естради (від 55—57% на Сході і Півдні до 47–48% на Заході і в Центрі), сучасні пісні української естради (від 37% на Сході до 56% на Заході), естрадні пісні минулих років (36% без значних розбіжностей), українські народні пісні (22–23% на Півдні та Сході; 33% – у Центрі, 43% – на Заході). «Шансон» обрали 27% респондентів (31% і 36% на Півдні та Сході, 14% і 26% на Заході та в Центрі). Кожному четвертому з опитуваних подобаються сучасні пісні зарубіжної естради. По 19% обрали романси та російські народні пісні, частка їх прихильників нижча на Заході (13% і 11% відповідно). Така сама ситуація з авторською (бардівською) піснею, яка може асоціюватися з радянськими часами: її прихильників більше на Сході

(19%) і менше на Заході країни (8%). Класична музика, напрям, який не несе додаткових конотацій (з етнічною культурою, історичним періодом, мовою) не диференціює її прихильників за регіональною ознакою.

Чи треба говорити, що серед вікових груп ситуація відрізняється. Особливо виразно гомогенізувальний вплив масової культури демонструють уподобання молоді. Сучасні пісні російської естради обрали: по 56% на Заході та в Центрі, 63% і 58% на Півдні та Сході; відмінності, як бачимо, незначні. Сучасні пісні української естради слухають 45% молодих людей: 60% на Заході, 47% у Центрі, 41% на Півдні та 31% на Сході. На третьому місці (43%) — сучасні пісні зарубіжної естради (46% і 43% на Заході та в Центрі, 49% і 34% на Півдні та Сході). «Шансон» люблять слухати 30% опитуваних віком до 30 років: 22% молоді на Заході, 26% — на Півдні та по 35% в Центрі й на Сході. Звісно, уподобання молоді щодо музичних напрямів є набагато різноманітнішими, від прихильників року до репу чи реггі, але найбільш популярні напрями є саме такими; російський, зарубіжний і, мірою сил, український шоу-бізнес утворюють більш-менш єдиний музичний простір для молодих людей усіх регіонів.

Практики святкування

Святкування — це демонстрація соціальних зв'язків, солідарності, визнання певних цінностей. Відмова від свят, які вичерпали свій смисл, або залучення до святкування інших дат — є проявом соціокультурних змін, які відбуваються в суспільстві, соціокультурної динаміки. Кожне свято насичене символами, складаються певні «міфології» свят (Р.Барт), знаки і символи яких легко прочитуються «утаємненими» і зостаються незрозумілими для інших. Отже, можна говорити про важливу роль свят, практик святкування у динаміці регіональних субкультур.

Дані омнібусів 2006 і 2009 років показують, що головними святами, які приваблюють і об'єднують, консолідують більшість населення, лишаються Новий рік (92% і 93% у 2006 і 2009 роках), Пасха (92% і 93% відповідно), Різдво (85% і 83%), Жіночий день — 8 березня (72% і 75%) — див.

табл.7. Ці дати, як правило, святкують у колі родини, друзів; вони є демонстрацією сімейних, гендерних цінностей, вшанування традицій нашої культури.

День Перемоги (9 травня) святкували 56% опитуваних 2009 року; День захисника Вітчизни – 23 лютого – 45%; 1 травня – 34%. Ці свята неоднозначно трактуються в регіонах країни у зв'язку з різним ставленням до радянського періоду історії. В Західному регіоні прихильників цих свят менше, у Центрі, і особливо на Півдні та Сході країни –

Таблиця 7

**Динаміка регіональної диференціації практик святкування,
2006, 2009 (%)**

Практики святкування	За вибіркою		Регіони							
			Захід		Центр		Південь		Схід	
	2006	2009	2006	2009	2006	2009	2006	2009	2006	2009
Новий рік	92,1	92,6	84,2	85,4	91,9	92,1	94,6	95,5	96,0	96,0
Пасха	91,5	92,8	97,4	98,0	94,1	91,9	85,9	90,8	89,5	91,9
Свій день народження	87,3	86,2	84,2	77,5	85,3	87,7	89,0	89,9	91,0	87,7
Дні народження членів родини	85,2	83,5	71,9	69,3	85,1	80,9	88,8	95,3	92,5	87,7
Різдво	84,6	83,3	97,1	98,0	89,0	84,7	77,8	75,1	75,6	77,6
«Жіночий день» – 8 березня	72,2	74,9	52,4	61,6	72,9	68,8	78,8	86,0	80,4	82,8
День Перемоги – 9 травня	63,0	55,9	35,5	28,9	68,3	54,2	65,2	65,1	76,9	69,5
Трійця, Покрова	46,9	45,4	79,1	68,5	45,9	46,1	31,3	30,7	39,2	39,1
День захисника Вітчизни – 23 лютого	41,5	44,6	20,6	28,9	44,1	37,5	44,0	58,4	53,3	53,4
1 травня	37,9	33,6	15,2	13,2	37,1	27,5	45,9	48,9	49,0	43,3
Валентинів день – 14 лютого	31,5	32,5	27,4	30,4	31,5	28,8	31,7	35,8	34,2	35,6
День незалежності України – 24 серпня	29,3	24,5	36,7	40,7	34,0	21,9	22,6	14,8	24,1	23,2
Професійне свято (День шахтаря, День вчителя тощо)	23,4	20,9	14,9	11,2	20,5	14,9	21,6	22,9	37,2	32,6
День Конституції України – 28 червня	17,6	15,0	19,2	21,8	22,2	10,0	14,1	12,0	13,6	17,8
День Жовтневої революції – 7 листопада	12,5	11,1	2,9	5,2	12,1	5,3	15,4	14,8	17,8	18,8

більше. На Сході частіше святкують радянські свята: 8 березня, 9 травня, 23 лютого, 1 травня, 7 листопада. Значна частина населення відзначає ці свята на Півдні та в Центральному регіоні. На Заході, за даними 2009 року, 5% святкують 7 листопада (18% і 15% – на Сході та Півдні, 5% – в Центральному регіоні). В Західному регіоні усталенішою і габітуально розпрацьованою є традиція відзначати релігійні свята: 98% опитуваних на Заході порівняно із 78% на Сході і 75% на Півдні відзначають Різдво (Кононов, Хобта, Щудло, 2006; Серєда, 2006).

Лише кожен четвертий з опитуваних 2009 року вказав, що святкує День Незалежності України; на Заході країни таких 41%, в інших регіонах 15–23%. Ще менша частка респондентів святкує День Конституції України – 15%. Наразі практики вшанування дат, пов'язаних із символікою України як самостійної держави, важко назвати консолідованими.

Практики святкування тісно пов'язані із практиками споживання, які в глобальному суспільстві дедалі частіше набирають комодифікованої форми та уніфікуються. Багато із сучасних свят є приводом для розгортання маркетингових стратегій, рекламних кампаній і стимуляції споживання. Результатом є формування гібридної культури, коли співіснують, особливо серед молоді, відвідування православної церкви на Пасху і Різдво, святкування Дня св.Валентина (католицького святого) і свята Геловін (американського), подарунки на 8 березня і 23 лютого (радянські свята) тощо. Так, День св. Валентина визнали як привід для святкування 33% опитуваних 2009 року, без значних регіональних відмінностей. Серед молоді до 30 років таких 63%, у групі 30–54 років – 32%, серед літніх людей – лише 11%.

Ідеологічно забарвлені свята — релігійні, радянські, а також пов'язані із символікою розбудови незалежної української держави дають нам відчутну диференціацію в регіональному вимірі. Є свята, локалізовані на певній території, які підтримують саме регіональну ідентичність (наприклад, професійні свята в індустріалізованих регіонах) (Коржов, 2006). Комодифіковані свята радше відіграють інтегративну функцію, об'єднуючи населення в уніфікованих

споживацьких практиках, створюючи засобами мас-медіа, реклами уявлювані спільноти. Наочніше цей вплив масової культури, як і в разі споживання продуктів культурних індустрій, простежується серед молодших вікових груп. Молодь, особливо учнівська, студентська, використовує запозичені свята – День св. Валентина, Геловін – як нагоду повеселитися, взяти участь у карнавалі, бо свят такого типу з елементами перевдягання, зумисних жахів у нашій культурі бракує (точніше, вони є – ті ж колядки, щедрівки, але не є комодифікованими, а отже, не становлять елемент сучасної популярної культури).

Суперечності, напругу між різним сприйняттям світу, ціннісними, ідеологічними відмінностями, мовними преференціями на рівні регіональних субкультур частково знімає своїми засобами масова культура. Продукція культурних індустрій — російської, зарубіжної (першою чергою, американської), частково української (наприклад, українська естрада) гомогенізує культурні преференції та практики мешканців різних регіонів, особливо серед молодших вікових груп. Таким чином створюється гібридна популярна культура, яка віддзеркалює вибір аудиторій мас-медіа, реклами, художньої продукції тощо. Популярна культура ґрунтується на білінгвізмі, використанні змішаної мови, поширеному споживанні російськомовних продуктів (у випадку кіно, телепередач, масової літератури, поп-музики), а також комодифікованих продуктів “західного” взірця — кіно, музика, свята тощо.

Продукти вітчизняної масової культури — україномовної, російськомовної — не так часто здобувають широку аудиторію, стають елементом популярної культури. Розвал систем вітчизняного кіновиробництва, книгодрукування, масової передплати на пресу та проблематична доступність у продажу в різних регіонах преси, не лише місцевої, скорочує, а то й зводить нанівець у багатьох випадках сегмент українського продукту в культурному просторі країни. Частково цю лакуну заповнюють популярні телепередачі загальнонаціональних каналів (часто із поперемінним використанням

української та російської мови) – новини, різноманітні шоу, трансляції матчів тощо, коли привабливість телепродукту перемагає ті чи інші мовні уподобання і створюється символічна спільнота: уболівальники за наших спортсменів на Олімпіаді, глядачі шоу «Танці з зірками», глядачі ток-шоу «Свобода слова» тощо. На жаль, приводи для утворення таких символічних спільнот значних масштабів надають, як уже зазначалося, не вітчизняний кінематограф і не ринок вітчизняної літератури. Культурні практики, пов'язані з нашими традиціями (народні пісні), досвідом співжиття за радянських часів (святкування Нового року, 8 березня, перегляд улюблених радянських фільмів, прослуховування пісень минулих років) є більш значущими для людей старшого віку і поступово стають дедалі менш популярними. Західний регіон, як своєрідний «хранитель» україномовної культури та традицій, теж не завжди витримує натиск глобальної культури, її комодифікованих взірців, що демонструють уподобання й культурні практики молодого покоління. Ці особливості культурних преференцій і виборів є важливими елементами таких складних спільнот, як регіональні субкультури, що, мабуть, не завадить враховувати в розробленні як культурної, так і регіональної політики в нашій державі.

3.3. Регіональні політичні субкультури: критерії диференціації та динаміка

Той факт, що регіональний чинник є одним із головних, якщо не головним, у політичній та соціокультурній диференціації громадян України, не викликає заперечень серед соціологів, політологів та культурологів України.

Дискусію викликає тільки проблема, чим зумовлена роль регіонального чинника політичної та соціокультурної диференціації – ситуативними чинниками політичної боротьби чи глибинними соціокультурними процесами, спричиненими специфікою історичного розвитку регіонів України.

Від відповіді на це запитання залежить і аналіз та типологія регіональних політичних субкультур, і обґрунтування напрямів регіональної соціокультурної політики. А тому й виникає потреба у ґрунтовному системному науковому аналізі процесів політико-культурної диференціації регіонів України, її усталеності та тенденцій змін в останнє десятиріччя, а також у виявленні типів політичних субкультур та факторів як політико-культурної диференціації, так і інтеграцію регіонів України.

Щоб відповісти на питання, чи є політико-субкультурна диференціація регіонів України чимось минулим, будучи результатом дії ситуативних політичних чинників, або ж вона постійно відтворюється і поглиблюється, ми проаналізували міжрегіональну електоральну диференціацію за результатами виборів Президента України 1994 і 2004 років.

Цей аналіз показав, *що міжрегіональна диференціація політико-електоральної поведінки громадян за десятиліття між цими виборами не тільки не зменшилася, а й децю зросла* (див. табл. 1).

Досить усталеним залишається і склад «двох» політичних типів регіонів України за результатами президентських виборів 1999 і 2004 років. Із 12 областей та інших територіально-адміністративних одиниць України, де в I турі виборів

у 1994 році переміг Л.Кучма, у 2004 році в 10-ти переміг і В.Янукович, і тільки в 2-х (Чернігівська, Сумська) – В.Ющенко, а з 15 територіально-адміністративних одиниць, де переміг Л.Кравчук, у 14 переміг і В.Ющенко і тільки в одній (Миколаївській) – В.Янукович.

Таблиця 1

Динаміка в голосуванні за двох провідних кандидатів на президентських виборах 1994 і 2004 років (%)

<i>Кандидати (лідери) на виборах Президента в 1994 році</i>	<i>Різниця в голосуванні за двох кандидатів між крайніми областями України</i>	
	<i>I тур голосування</i>	<i>II тур голосування</i>
Л.Кравчук	87,2 (Тернопільська)	91,0 (Тернопільська)
Л.Кучма	75,2 (Крим)	80,8
Середня щодо двох кандидатів	81,2	85,9
<i>Кандидати (провідні) на виборах Президента 2004 року</i>		
В.Ющенко	88,5 (Івано-Франківська)	93,3 (Тернопільська)
В.Янукович	83,8 (Донецька)	89,3 (Донецька)
Середня щодо двох кандидатів	86,1	91,3

З 14 територіально-адміністративних одиниць, де в 1994 році у II турі переміг Л.Кучма, у 10-ти переміг В.Янукович і тільки в 4-х (Чернігівська, Кіровоградська, Полтавська, Сумська) – В.Ющенко. З 13 територіально-адміністративних одиниць, де в 1994 році переміг Л.Кравчук, в усіх переміг В.Ющенко.

Тобто за своїм складом політична диференціація України в останні роки навіть децю посилилася, а територіальний склад цих типів регіонів практично не змінився. З одного в інший тип перейшли тільки деякі проміжні області. І лінія розмежування двох типів регіонів (але не розколу) проходять не між Сходом і Заходом України (адже Чернігівщина

3.3. Регіональні політичні субкультури: критерії диференціації та динаміка 197

і Сумщина аж ніяк не є Заходом, а Одещина і Миколаївщина ніколи не були географічно Сходом), не між Правобережною та Лівобережною Україною (адже Ізмаїл та Очаків не є Лівобережжям, а Полтава та Шостка – Правобережжям).

Тобто розмежування не сягає часів Козаччини та Війн Росії з Польщею, а є пов'язаною з тисячолітньою історією українського народу. Практично лінія розмежування двох політичних типів регіонів сягає часів Інґварсонів та Гедимінасів і йде уздовж кордонів Русі (Київська, Чернігівська, Галицько-Волинська області) та Степу за датської династії Інґварсонів X–XIII століть чи Великого князівства Литовського, руського та жмудського Кримського ханства XIV–XV століть. Між автохтонними українськими землями, де українці та їхні нащадки живуть понад 1000 років (у складі різних держав та імперій), і новими землями, колонізованими переважно українцями у складі російської та радянської імперій упродовж останніх 300 років.

З метою детальнішої наукової типологізації політичних регіонів України ми провели кластерний аналіз областей та інших територіально-адміністративних одиниць на основі результатів двох турів президентських виборів 1994, 1999, 2004 років (за шістьма показниками), а також результатів парламентських виборів 1998, 2002 та 2006 років по загальнонаціональному виборчому округу (три показники) у розрізі кандидатів та партій національно-демократичної, проросійської та невизначеної ідентифікації. За результатами цього аналізу було виокремлено 5 політичних регіонів України:

1 тип – Донбас та Крим, де голосували на всіх цих виборах із перевагою 45–54% голосів за проросійські партії та кандидатів більше, ніж за національно-демократичні (до цього типу ввійшли Донецька та Луганська області, Автономна Республіка Крим і м. Севастополь);

2 тип – інші Південно-Східні області, які на всіх цих виборах з перевагою більш як на 20%, але менш як на 45% голосів голосували в середньому за проросійські партії та кандидатів (до цього типу за нашим рейтингом увійшли

Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Одеська, Харківська та Херсонська області);

3 тип – перехідний регіон Північного Сходу та Кіровоградська область, де в 1990-х роках голосували з невеликою перевагою за проросійські партії та кандидатів (переважно комуністів), а у 2000-х – за національно-демократичні (до цього регіону ввійшли Житомирська, Кіровоградська, Полтавська, Сумська та Чернігівська області);

4 тип – Центральна Україна, яка на всіх виборах на 10–35% голосів більше голосувала за національно-демократичних кандидатів та партії, ніж за їхніх супротивників (до цього регіону ввійшли м. Київ, Вінницька, Черкаська, Хмельницька та Київська області);

5 тип – Західна Україна, де на всіх виборах на 35–70% більше голосів набирають національно-демократичні кандидати й партії, ніж їхні супротивники (це Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська та Чернівецька області), хоча останніми роками Чернівецька та Закарпатська області вже тяжіють до 4-го, а не до 5-го типу.

А тому в поточних соціологічних дослідженнях можна обмежитись вирізненням 4-х політичних типів регіонів і віднести області Північного Сходу до IV типу (Центральна Україна), до якого вони дуже близькі. Однак для цілей нашого аналізу динаміки політичних процесів в Україні потрібно третій тип розглядати окремо.

Виокремивши на основі політичної поведінки п'ять типів політичних регіонів України, ми поставили завдання виявити ті чинники, які зумовлюють ці політичні відмінності регіонів сьогодні та їхню динаміку за роки незалежності України.

Аналіз матеріалів 14 репрезентативних національних опитувань Інституту соціології НАНУ в 1994–2008 роках (у 2007 році опитування не проводилось) з використанням більш як 100 зіставних показників дав змогу виявити міжрегіональну диференціацію оцінок і поведінки громадян щодо економічних, соціальних, політичних та мовно-етнічних процесів та її динаміку.

3.3. Регіональні політичні субкультури: критерії диференціації та динаміка 199

Таблиця 2

Різниця у ставленні до нових проблем у поведінці громадян регіонів України (%)

Соціологічні показники	Максимальна різниця між регіонами			
	1994-1997	1998-2001	2002-2005	2008
<i>1. Соціально-економічна сфера</i>				
<i>1.1. Оцінки економічної ситуації громадянами різних регіонів України</i>				
1.1.1. Дуже погана	15,6	17,7	9,9	13,8
<i>1.2. Ставлення громадян до розвитку приватного підприємництва</i>				
1.2.1. Зовсім не схвалюю	14,3	7,6	8,5	4,9
<i>1.3. Ставлення громадян до приватизації великих підприємств</i>				
1.3.1. Радше негативне	21,7	21,0	12,0	29,4
<i>1.4. Ставлення громадян до приватизації малих підприємств</i>				
1.4.1. Радше негативне	19,5	16,1	16,6	15,9
<i>1.5. Ставлення громадян до приватизації землі</i>				
1.5.1. Радше негативне	21,3	26,6	15,4	25,2
<i>1.6. Ставлення громадян до купівлі-продажу землі</i>				
1.6.1. Радше негативне	19,9	18,8	7,3	19,1
<i>1.7. Готовність громадян працювати у приватного підприємця</i>				
1.7.1. Зовсім не готові	13,3	13,8	17,7	17,4
<i>Середня за соціально-економічними показниками</i>				
	17,5	17,4	11,6	17,9
<i>2. Соціальна сфера</i>				
<i>2.1. Самоідентифікація громадян на щаблях соціального статусу</i>				
2.1.1. Найнижчий (1щабель)	6,2	4,9	7,9	6,0
<i>2.2. Рівень задоволеності громадян становищем у суспільстві</i>				
2.2.1. Радше не задоволений	6,4	2,9	12,3	10,9
<i>2.3. Рівень задоволеності громадян життям загалом</i>				
2.4.1. Зовсім не задоволений	11,7	10,4	8,8	9,3
<i>2.5. Рівень задоволеності громадян працею загалом</i>				
2.5.1. Зовсім не задоволений	5,4	2,7	4,3	3,6

Продовження таблиці 2

<i>Соціологічні показники</i>	<i>Максимальна різниця між регіонами</i>			
	<i>1994–1997</i>	<i>1998–2001</i>	<i>2002–2005</i>	<i>2008</i>
<i>2.6. Оцінки громадянами змін матеріальних умов сім'ї</i>				
2.6.1. Значно погіршилися	14,6	9,8	7,0	16,1
<i>2.7. Оцінки громадянами змін у медичному обслуговуванні</i>				
2.7.1. Значно погіршилося	13,3	9,1	7,8	15,2
<i>2.8. Оцінки громадянами змін гарантій роботи</i>				
2.8.1. Значно погіршилися	9,1	6,1	7,3	15,7
<i>2.9. Оцінки громадянами змін умов для відпочинку під час відпустки</i>				
2.9.1. Значно погіршилися	19,0	12,7	9,6	11,7
<i>2.10. Оцінки громадянами змін умов відпочинку після роботи</i>				
2.10.1. Значно погіршилися	9,1	8,1	7,2	10,2
<i>2.11. Оцінки громадянами змін захищеності від свавілля влади, чиновників</i>				
2.11.1. Значно погіршилася	14,1	8,4	9,9	21,9
<i>2.12. Оцінки змін стосовно особистої безпеки</i>				
2.12.1. Значно погіршилася	20,8	12,7	14,1	14,7
<i>2.13. Оцінки змін умов виховання дітей</i>				
2.13.1. Значно погіршилися	12,8	7,5	7,4	8,5
<i>2.14. Оцінки змін можливостей висловлювати власну думку</i>				
2.14.1. Трохи поліпшились	8,8	10,7	12,0	23,5
<i>2.15. Оцінки змін можливостей отримати достовірну інформацію про події у країні та світі</i>				
2.15.1. Трохи поліпшилися	8,6	8,2	14,7	21,5
<i>2.16. Оцінки змін можливостей брати участь у культурному житті</i>				
2.16.1. Значно погіршились	12,2	15,1	7,9	11,5
<i>2.17. Оцінки змін екологічної ситуації (стану довкілля)</i>				
2.17.1. Значно погіршилася	20,6	16,9	17,7	22,8
<i>2.18. Рівень довіри до сім'ї та родичів</i>				
2.18.1. Повністю довіряю	5,8	5,8	10,6	12,7

3.3. Регіональні політичні субкультури: критерії диференціації та динаміка 201

Продовження таблиці 2

Соціологічні показники	Максимальна різниця між регіонами			
	1994-1997	1998-2001	2002-2005	2008
2.19. Рівень довіри до колег				
2.19.1. Радше довіряю	7,1	6,2	10,5	21,3
2.20. Рівень довіри до церкви та духовенства				
2.20.1. Повністю довіряю	19,8	19,7	23,8	22,4
2.21. Рівень довіри до ЗМІ				
2.21.1. Радше довіряю	2,2	8,8	12,6	29,9
2.22. Рівень довіри до астрологів				
2.22.1. Зовсім не довіряю	8,2	4,6	9,0	12,1
2.23. Оцінки громадянами чинників, від яких залежить їхнє життя				
2.23.1. Головним чином від зовнішніх обставин	10,2	7,7	8,8	7,3
2.24. Потенційна міграційна активність громадян				
2.24.1. Не хотів би мігрувати	18,7	19,2	16,7	21,2
2.25. Ставлення громадян до напрямків міграції				
2.25.1. Переїхав би до Росії та колишніх республік СРСР	23,5	17,8	17,1	21,8
Середня за соціальними показниками	12,6	10,2	–	–
3. Загальнополітичні орієнтації				
3.1. Інтерес до політики				
3.1.1. Зовсім не цікавить	7,0	3,1	6,5	6,5
3.2. Ставлення громадян до соціалізму / капіталізму				
3.2.1. Підтримую прихильників соціалізму	24,1	22,2	17,8	14,9
3.3. Ідеологічні ідентифікації громадян				
3.3.1. Комуністична	13,6	24,8	17,6	15,2
3.4. Ставлення громадян до форм колишнього устрою				
3.4.1. Президент має бути главою Уряду і взяти на себе всю відповідальність за внутрішню і зовнішню політику (як у США)	13,0	6,9	8,4	15,7
3.5. Ставлення громадян до багатопартійної системи				
3.5.1. Ні (проти)	9,8	8,9	5,7	16,5
3.5.2. Так (за)	7,3	5,5	7,6	15,9

Продовження таблиці 2

Соціологічні показники	Максимальна різниця між регіонами			
	1994-1997	1998-2001	2002-2005	2008
3.6. Оцінки громадянами можливостей вільно висловлювати свої думки				
3.6.1. Є можливості	14,8	13,6	3,2	11,5
3.7. Оцінки громадянами наявності партій та рухів, яким можна довірити владу				
3.7.1. Є такі	4,7	4,4	18,9	12,1
3.8. Оцінки громадянами наявності ефективних політичних лідерів				
3.8.1. Є такі	7,7	9,0	25,7	16,7
3.9. Рівень довіри до Президента України				
3.9.1. Зовсім не довіряю	27,6	21,3	5,7	29,2
3.10. Рівень довіри до Верховної Ради України				
3.10.1. Зовсім не довіряю	7,7	6,1	6,8	21,2
3.11. Рівень довіри до Кабінету Міністрів				
3.11.1. Зовсім не довіряю	14,2	14,7	6,5	29,6
3.12. Рівень довіри до армії				
3.12.1. Скоріше довіряю	5,0	7,4	9,9	11,7
3.13. Рівень довіри до міліції				
3.13.1. Радше довіряю	10,4	10,3	12,6	9,4
3.14. Рівень довіри до політичних партій				
3.14.1. Зовсім не довіряю	6,9	8,0	10,2	15,2
3.15. Оцінка можливості протидіяти діям Уряду, якщо він ухвалить рішення, що порушують права та інтереси громадян				
3.15.1. Нічого не можу зробити	4,1	15,5	5,8	11,1
3.16. Оцінки можливості протидіяти рішенням місцевої влади, якщо вона ухвалить рішення, що порушують права та інтереси громадян				
3.16.1. Нічого не зміг би зробити	4,3	17,1	7,6	12,9
3.17. Ставлення громадян до порядку та соціального протесту				
3.17.1. Потрібно за будь-яку ціну зберегти порядок	14,0	11,3	7,0	8,8

3.3. Регіональні політичні субкультури: критерії диференціації та динаміка 203

Продовження таблиці 2

Соціологічні показники	Максимальна різниця між регіонами			
	1994-1997	1998-2001	2002-2005	2008
<i>4. Геополітичні орієнтації</i>				
<i>4.1. Ставлення громадян до геополітичних шляхів розвитку держави</i>				
4.1.1. Зміцнювати східнослов'янський блок (Україна, Росія, Білорусь)	5,2	30,9	37,7	33,7
4.1.2. Спіратися на власні ресурси, зміцнювати незалежність	23,7	26,1	29,2	18,7
<i>4.2. Ставлення до вступу в Євросоюз</i>				
4.2.1. Радше позитивне	–	19,3	19,3	27,4
<i>4.3. Ставлення до вступу України в НАТО</i>				
4.3.1. Негативне	–	40,5	35,9	55,7
<i>4.4. Ставлення до приєднання України до Союзу Росії й Білорусі</i>				
4.4.1. Радше негативне	56,7	60,8	60,8	59,9
<i>5. Мовна ситуація</i>				
<i>5.1. Мова спілкування в сім'ї</i>				
5.1.1. Українська	76,1	79,0	84,9	81,4
5.1.2. Російська	69,8	74,0	76,2	75,3
<i>5.2. Ставлення громадян до офіційного статусу російської мови в Україні</i>				
5.2.1. Треба надати російській мові статус другої державної	62,6	62,7	69,6	69,3
5.2.2. Не треба надавати російській мові статусу другої державної	59,0	61,7	61,1	73,3

Аналіз показників міжрегіональної диференціації громадян, їхніх оцінок та поведінки у всіх сферах життєдіяльності (див. табл. 2) дав можливість зробити певні висновки.

Отримані результати (дані перших дванадцятирічних опитувань з метою підвищення надійності були об'єднані у три чотирьохрічні масиви інформації) діють підстави стверджувати, що, попри суттєві відмінності в історичній долі різних регіонів України у складі різних імперій та держав, суттєвих соціально-економічних відмінностей регіонів нині за більшістю показників масової свідомості та поведінки

громадян упродовж років незалежності суттєвої диференціації не спостерігається, бо максимальна різниця між регіонами не перевищувала і не перевищує 20%, а за окремими показниками – і 10%. Середня ж різниця між регіонами в цілому не перевищує 10%. Особливо це стосується ставлення громадян до економічної ситуації та економічних реформ, їхнього соціального самопочуття та ставлення до соціальних інститутів, неперсоналізованих політичних орієнтацій.

Децо вищими в 2008 році (зростання після помаранчевої революції) є відмінності у ставленні громадян до приватизації великих підприємств та землі, в оцінках громадянами змін у своїй захищеності від ставлення влади, а змін у можливостях висловлювати свою думку та змін екологічної ситуації, а також у рівні довіри до Президента, Кабінету Міністрів, Верховної Ради, церкви та ЗМІ, бо після помаранчевої революції ці процеси політизуються (і зараз в Західній Україні наявні більш позитивні оцінки, ніж у Донбасі). Але і в цих оцінках розбіжності між крайніми регіонами не перевищують 30%.

А це свідчить про те, що економічні преференції громадян, їхні соціальне становище, оцінки та загальнополітичні (неперсоналізовані) преференції не можуть бути суттєвим чинником політичної диференціації регіонів України. Проаналізувавши коефіцієнти парної регресії між належністю до політичного регіону і зазначеними характеристиками соціально-економічних, соціальних та загальнополітичних орієнтацій, можемо констатувати – жоден не перевищує 0,1.

Разом із тим, не можна не бачити з таблиці 2, що у двох сферах – *геополітичних (ставлення до геополітичного вибору, ставлення до союзу з Росією та Білоруссю, ставлення до НАТО) та мовно-культурних орієнтаціях (мова спілкування в сім'ї та ставлення громадян до статусу російської мови)* розбіжності між регіонами є дуже істотні. А щодо мовних практик розбіжності між Західною Україною, з одного боку, і Донбасом та Кримом – з іншого, є колосальним. Навіть у сім'ї (а в громадських місцях тим паче) в Західній Україні переважно українською розмовляють нині на 81,5–85,0% більше, ніж у Донбасі, а в Донбасі російсь-

3.3. Регіональні політичні субкультури: критерії диференціації та динаміка 205

кою – на 75% більше, ніж у Західній Україні. З огляду на наявність двомовності це колосальні відмінності.

Практично протилежним (різниця між регіонами близька до 70%) є і ставлення громадян полярних регіонів до статусу російської мови як другої державної. Дуже суттєво (близько 60%) різняться і ставлення громадян різних регіонів до приєднання України до Союзу Росії та Білорусі, хоча зараз жодна з провідних партій до цього не закликає. Та й сам цей союз існує радше на папері. Останніми роками дуже посилилась і міжрегіональна диференціація у ставленні до вступу України до НАТО. Але це, ймовірно, результат опосередкованого впливу негативного ставлення Росії до вступу України в НАТО, який посилює міжрегіональну диференціацію з цього питання.

Аналіз коефіцієнтів регресії (а/в) впливу політичного регіону, де проживають громадяни, з іншими факторами на матеріалах моніторингу 2008 року засвідчив, що найбільший вплив цей чинник справляє на мову спілкування в сім'ї (0,43), на ставлення громадян до надання російській мові статусу офіційної в Україні (0,38) і ставлення громадян до ідеї приєднання України до союзу Росії та Білорусі (0,14), а також на рівень довіри до Президента України (0,10). Якщо ж кількість типів політичних регіонів скоротити до чотирьох (а не п'яти-шести), то цей коефіцієнт ще більше зростає.

Саме мовні практики громадян різних регіонів та весь комплекс проблем відносин з Росією (включно з проблемою НАТО) і зумовлюють політичну диференціацію громадян різних регіонів. Сподівання на автоматичне зменшення цієї диференціації в перебігу соціально-економічного поступу держави за умов демократії та свободи ЗМІ безпідставні, бо ці соціокультурні розбіжності тільки ще більше актуалізуватимуться мірою розв'язання нагальних матеріальних проблем громадян. Те саме стосується і дуже небезпечних спроб розв'язання і мовного, і геополітичного питання в Україні шляхом нав'язування позиції громадян одних регіонів іншим.

Потрібен пошук національного компромісу щодо складних мовних і геополітичних проблем, який можливий лише

за наявності і в політичних лідерів, і у громадян усіх регіонів України бажання йти назустріч один одному в цих питаннях.

У мовному питанні таким компромісом може бути реалізація програми, спрямованої на розширення функціонування української мови як державної в Південно-Східних регіонах України, що передбачало б обов'язковість знання та використання української мови всіма державними службовцями та керівниками державних підприємств, запровадження посиленних програм вивчення української мови в російськомовних навчальних закладах з одночасним наданням російській мові статусу офіційної регіональної (в окремих регіонах України) та розширенням мережі російськомовних шкіл та ВНЗ на підставі бажання учнів та їхніх батьків.

Що ж стосується геополітичного вибору і відносин із Росією, то це питання не може бути розв'язане в односторонньому порядку, адже будь-які міждержавні відносини залежать від обох сторін. Але для нормалізації відносин України з Росією, які є особливо важливими для громадян окремих регіонів України, потрібен пошук консолідаційної позиції в самій Україні щодо стратегії цих відносин. Така компромісна позиція має, на нашу думку, ґрунтуватися на врахуванні регіональних особливостей геополітичних орієнтацій громадян і передбачати, що за будь-якого геополітичного вибору української держави (включно з питаннями міжнародної безпеки) відносини України з Росією не можуть бути такими самими, як і з іншими сусідами України чи іншими державами взагалі, а мають бути особливими. З більш чутливим ставленням до здорових економічних та геополітичних інтересів Росії.

Але щоб наповнити стратегію розв'язання мовних проблем та проблем геополітичного вибору з урахуванням субкультурних політичних регіонів України конкретними положеннями, потрібні нові поглиблені дослідження, які б не тільки констатували ситуацію та виявляли зміни в цій царині, а й були спрямовані на пошук конкретних шляхів до національного компромісу в цих питаннях.

3.4. Демократична субкультура: проблеми формування

Не багато знайдеться у світі країн, які розбудовувалися «із самого початку» – тобто разом із встановленням державності докорінно змінювалися й засади існування суспільства – економічні, політичні, ідеологічні, культурні тощо. Україна від проголошення своєї незалежності мусила виконувати триєдине завдання – вибудовувати державність, створювати ринкову економіку та демократичну політичну систему, причому не з «нульових», а з «мінусових» стартових позицій – від відсутності державності та її інституцій, від повністю одержавленої економіки та сформованого негативного ставлення до приватної власності, від тоталітарної держави, з однією партією, з виборами з-поміж одного кандидата й участю у виборах 99,99% населення, від повністю державних засобів масової інформації, які впродовж десятиліть формували єдину ідеологію.

Успішність реалізації проекту «Україна» – побудови української держави як держави з розвиненою демократією та ринковою економікою в умовах змагальних виборів вирішальною мірою залежатиме від того, наскільки масова політична культура суспільства стала демократичною, чи наявна «критична маса» громадян для розбудови ліберально-демократичного суспільства.

Політична культура демократичного транзиту

Поняття «політична культура» належить до тих, що мають у соціологічній науці безліч визначень. Уведений у 1956 році Г.Алмондом, цей термін означав особливий тип орієнтації та політичної дії, що відображав особливості тої чи іншої політичної системи. З одного боку, політична культура є частиною загальної культури суспільства, з іншого – пов'язана з чинною політичною системою. Важливою характеристикою політичної культури суспільства є її неоднорідність, тобто існування ряду субкультур і навіть контркультур, поряд із найбільш поширеною. У країнах зі стабільним режи-

мом політичні субкультури існують насамперед як політичні культури певних соціальних груп із притаманними їм особливостями. У суспільствах, які перебувають у ситуації транзиту, існування різних політичних субкультур характерне для суспільства загалом, хоча певні соціальні групи можуть переважати як носії певних субкультур.

Проте й у розвинених демократіях також можливе співіснування різних типів політичних субкультур. Так, Г.Алмонд вирізняв у країнах із демократичним режимом два типи політичної культури: англо-американську – однорідну, світську, ґрунтовану на єдиних базових цінностях лібералізму та демократії і континентально-європейську з характерною «роздробленістю політичної культури», тобто наявністю відносно ізольованих одна від одної політичних субкультур (Almond, 1970). Причому, зазначає Г.Алмонд, політичні системи у країнах із другим типом політичної культури більш нестабільні й обтяжені загрозою встановлення диктатури. Як приклад наводяться Німеччина та Італія у міжвоєнний період їхньої історії. У повоєнний період в Італії також спостерігалися співіснування і конфронтація кількох субкультур поряд із ліберально-демократичною – католицької, соціалістичної, традиціоналістської, і лише у 1970-ті роки, підкреслюють дослідники, ліберально-демократична культура стала в Італії домінувати.

Відомий дослідник демократії Р.Даль зазначає, що суспільство з яскраво вираженими субкультурами, що протистоять одна одній (етнічного, релігійного, культурного, лінгвістичного характеру), не може стати суспільством розвинутої, широкомасштабної сучасної демократії (Dahl, 1989: 218).

Проблематика політичної культури з новою силою постає у політичній науці у зв'язку з «третьою хвилею» процесів демократизації, що охопили країни посткомуністичного світу. Аналізуючи наслідки процесів демократизації у країнах «першої» та «другої» хвиль демократизації, дослідники дійшли висновку, що наявність у суспільстві політичної культури, яка відповідає інституціональній структурі, є неодмінною передумовою консолідованої демократії (Linz, Stepan, 1996).

В Україні з набуттям незалежності політична культура не могла бути однорідною: з одного боку, існувала «радянська» політична культура, сформована усією ідеологічною

та виховною системою Радянського Союзу, з іншого боку – зародки нової політичної культури, що почала інтенсивно формуватися ще в останні роки існування Радянського Союзу у період «перебудови». На жаль, особливості політичної культури за радянських часів ми можемо аналізувати лише теоретично, бо в Радянському Союзі були відсутні масштабні емпіричні дослідження громадської думки. Як база для певних висновків може слугувати особистий досвід життя у той період та зміст художньої культури того часу¹.

Водночас уже в перші роки існування незалежної України були зафіксовані висхідні показники громадської думки, в тому числі й характеристики політичної культури. Першим ґрунтовним дослідженням політичної культури населення України стала колективна праця співробітників Інституту соціології НАН України Є.Головахи, Н.Паніної, Ю.Пахомова, М.Чурилова та І.Бурова «Політична культура населення України», що вийшла друком у 1993 році (*Политическая культура, 1993*). У цій роботі дослідники зробили спробу схарактеризувати політичну культуру населення щодо готовності людей до життя у демократичному суспільстві. В результаті дослідження було зроблено висновок про амбівалентний характер масової свідомості – «сполучення взаємовиключних поглядів, думок, почуттів, орієнтацій» (*Политическая культура, 1993: 130*). Стосовно масової політичної свідомості автори зазначали, що вона відрізнялася суперечливим ставленням до процесів демократичного перетворення суспільства і відзначалася недостатнім рівнем опанування політичної культури. Такий стан політичної культури автори пов'язували з нерозвиненістю політичних інститутів (багатопартійності, системи соціального захисту тощо), із недостатньою ефективністю діяльності владних структур і низькими темпами економічних перетворень (*Политическая культура, 1993*).

Від часу того дослідження минуло більш ніж п'ятнадцять років. За цей період багато що змінилося: була розбудова-

¹ Процес розкладу доволі цілісного світогляду особливого типу особистості – «людини радянської» – описано у праці: *Е.И.Головаха, И.Э.Бекешкина, В.С.Небоженко. Демократизация общества и развитие личности: от тоталитаризма к демократии.* – К.: «Наукова думка», 1992.

на ринкова економіка, більшість об'єктів державної власності приватизували; роздержавили засоби масової інформації; було розбудовано багатопартійну систему і вже відбулося кілька виборів на суто партійних засадах; ухвалили Конституцію України, яка визначила основні демократичні принципи у країні, а потім – і зміни до неї. У Конституції зафіксовано, що Україна є демократичною державою. Після «Помаранчевої революції» реальністю стали громадянські та політичні права та свободи громадян, особливо – свобода слова. Україна, за класифікацією «Freedom House», із 2005 року увійшла до шереху вільних країн. Наскільки змінилася політична культура населення України, чи можна сказати, що демократична політична культура стала в українському суспільстві домінувати, або ж вона існує у статусі субкультури? Наскільки кількісно вагомою є соціальна група, яку можна визначити як носія демократичної політичної культури? І наскільки послідовною і несуперечливою є політична свідомість тих, кого можна розуміти як суб'єкта політичної культури демократичного типу?

Для відповіді на ці питання звернімося до соціологічних досліджень, першою чергою – соціологічного моніторингу, що його веде Інститут соціології НАН України, омнібусних опитувань Інституту соціології та присвячених питанням демократії опитувань Фонду «Демократичні ініціативи», проведених разом із соціологічними фірмами.

Насамперед виокремимо ті основні складники, які характеризують демократичний тип політичної культури.

Перша характеристика – це, звичайно, визнання демократичного політичного режиму як найкращого для України. Звичайно, це визнання може бути цілком декларативним, але без цієї мінімальної вимоги про прихильність до демократичного типу політичної культури годі й говорити.

Друга важлива характеристика демократичної політичної культури – це політична участь, найбільш масовою формою є участь у виборах.

Третя характеристика демократичної політичної культури – громадянська активність, участь у громадських організаціях, яка дає змогу громадянам впливати на владу з метою захисту та обстоювання своїх інтересів.

Четверта характеристика демократичної політичної культури – це визнання цінності прав і свобод громадян.

П'ята характеристика демократичної політичної культури – це визнання верховенства права, необхідності усім у своїх діях дотримуватися законів.

Шоста суттєва характеристика демократичної політичної культури – це толерантність, толерантне ставлення до людей, відмінних за якимись якостями – за національністю, релігією, мовою, політичними поглядами тощо.

Нарешті, *сьомою* важливою характеристикою політичної культури є повага до приватної власності, оскільки будь-яка політична змагальність у суспільстві можлива лише у суспільствах з ринковою економікою.

Демократична культура українського суспільства: цілісність чи амбівалентність?

Тепер розгляньмо, наскільки притаманні українському суспільству основні характеристики демократичної культури.

За вихідний момент поділу візьмемо висловлювану громадянами прихильність до авторитарного чи демократичного типу режиму. Таблиця 1 демонструє динаміку уявлень щодо найбільш бажаного типу державного устрою для України. Як видно з таблиці, найвищий рівень підтримки демократії припадає на 2006 рік, далі підтримка зменшувалася, з 2007-го її рівень став нижчим, ніж у 2004 році, в період режиму Кучми, а на грудень 2009-го рівні підтримки демократичного і авторитарного режимів майже зрівнялися.

Вочевидь, ця динаміка відображає перипетії політичного життя в Україні. Червень 2006 року – це час після парламентських виборів, що відбулися 31 березня, ймовірно, що громадяни мали сподівання на поліпшення життя. Проте подальше політичне життя в Україні було безперервною низкою політичних чвар та скандалів, нестабільності та непередбачуваності. Усе це діставало відображення у зниженні рівня довіри як до керівників держави, так і до демократичних інституцій – Верховної Ради, уряду, політичних партій (Головаха, Паніна, 2008: 24–25). Причому показово, що зниження рівня довіри до керівників держави та демократичних інституцій відбувалося за умов економічного підйому і зафіксованого у соціологічному моніторингу зростання рівня соціального самопочуття (Головаха, Паніна, 2008: 43).

Таблиця 1

Динаміка уявлень населення України щодо найбільш бажаного типу державного устрою для України (%)

Який режим кращий?	Травень-2004 ²	Червень-2006 ³	Червень-2007 ⁴	Грудень-2008 ⁵	Квітень-2009 ⁶	Грудень-2009 ⁷
Демократія є найбільш бажаним типом державного устрою для України	41,2	52,1	42,8	37,9	32,2	36,6
За певних обставин авторитарний режим може бути кращим, ніж демократія	23,1	20,8	21,5	18,6	17,4	30,0
Для такої людини, як я, не має значення, авторитарний режим у країні чи ні	17,9	13,3	17,7	19,6	24,9	17,0
Важко відповісти	17,8	13,8	18,0	17,8	25,5	16,4

² Загальнонаціональне опитування населення України було проведене 11–16 травня 2004 року Фондом «Демократичні ініціативи» спільно з Центром «Соціальний моніторинг». Усього було опитано 2038 респондентів у всіх регіонах України за квотною вибіркою, яка репрезентує доросле населення України (від 18 років) за такими соціально-демографічними показниками, як стать, вік, рівень освіти, регіон і тип поселення. Похибка вибірки – у межах 2,2%.

³ Загальнонаціональне опитування населення України було проведене 1–12 червня 2006 року Фондом «Демократичні ініціативи» спільно з фірмою «Юкрейніан соціолоджі сервіс». Усього було опитано 2011 респондентів в усіх регіонах України за квотною вибіркою, яка репрезентує доросле населення України (від 18 років) за такими соціально-демографічними показниками, як стать, вік, рівень освіти, регіон і тип поселення. Похибка вибірки у межах 2,2%.

⁴ Загальнонаціональне опитування населення України було проведене 18–27 червня 2007 року Фондом «Демократичні ініціативи» спільно з фірмою «Юкрейніан соціолоджі сервіс». Усього було опитано 2000 респондентів в усіх регіонах України за квотною вибіркою, яка репрезентує доросле населення України (від 18 років) за такими соціально-демографічними показниками, як стать, вік, рівень освіти, регіон і тип поселення. Похибка вибірки у межах 2,2%.

⁵ Загальнонаціональне опитування населення України було проведене 17–28 грудня 2008 року Фондом «Демократичні ініціативи» спільно з фірмою «Юкрейніан соціолоджі сервіс». Усього було опитано 2011 респондентів в усіх регіонах України за квотною вибіркою, яка репрезентує доросле населення України (від 18 років) за такими соціально-демографічними показниками, як стать, вік, рівень освіти, регіон і тип поселення. Похибка вибірки у межах 2,2%.

⁶ Загальнонаціональне опитування населення України було проведене у квітні 2008 року Інститутом соціології НАН України та Центром «Соціс». Усього була опитана 1801 особа в усіх регіонах України за квотною вибіркою, яка репрезентує доросле населення України (від 18 років) за такими соціально-демографічними показниками, як стать, вік, рівень освіти, регіон і тип поселення. Похибка вибірки у межах 2,3%.

⁷ Загальнонаціональне опитування населення України було проведене 12–26 грудня 2009 року Фондом «Демократичні ініціативи» спільно з фірмою «Юкрейніан соціолоджі сервіс». Усього було опитано 2012 респондентів в усіх регіонах України за квотною вибіркою, яка репрезентує доросле населення України (від 18 років) за такими соціально-демографічними показниками, як стать, вік, рівень освіти, регіон і тип поселення. Похибка вибірки у межах 2,2%.

А от різке зменшення підтримки демократичного режиму, що відбулося навесні 2009 року, прямо пов'язане з економічними причинами, фінансово-економічною кризою, яка мала істотні наслідки для населення України. Соціологічне дослідження засвідчило наявність такого зв'язку між підтримкою демократичного режиму і мірою відчуття економічної кризи (Бекешкіна, 2009). Водночас зниження рівня підтримки демократичного режиму не призвело до зростання підтримки режиму авторитарного; натомість істотно зросла кількість тих, для кого байдуже, який режим буде в Україні. Істотне, безпрецедентне зростання підтримки авторитарного режиму (майже вдвічі), що відбулося наприкінці 2009 року, пов'язане, на нашу думку, з президентською виборчою кампанією, де більшість кандидатів експлуатували популярні серед населення, втомленого безладдям у владі, настрої на користь «сильної руки». Досить цікаво, що найменш схильними до прийняття авторитарного режиму (згідно з опитуванням, проведеним у грудні 2009 року) виявилися ті, хто висловив готовність у першому турі виборів проголосувати проти всіх кандидатів (55% обрали демократичний устрій, 14% – авторитарний), а також виборці Віктора Ющенка (63% – за демократичний устрій, 17% – за авторитарний), який чи не єдиний у своїй виборчій кампанії не спекулював на авторитарних настроях населення.

Отже, як вихідний пункт виявлення демократичного типу субкультури можна використати визнання демократії як найбільш бажаного типу державного устрою для України. На кінець 2009 року налаштованих таким чином налічувалося, згідно з опитуванням, майже 37% населення.

Проте наскільки послідовною є така підтримка демократичного режиму? Одним із невіддільних принципів демократії є верховенство закону, яким мають керуватися як пересічні громадяни, так і можновладці. В опитуванні, проведеному у грудні 2009 року, було запитання (традиційне у міжнародних опитуваннях, присвячених питанням демократії): «Чи згодні Ви з тим, що Україні потрібні сильні лідери, “сильна рука”, яка зможе зробити для України більше, ніж усі закони і суспільні дискусії?» У цьому питанні йдеться про те, наскільки люди схильні до того, щоб дозволити

«сильній руці» керувати, незважаючи на закони та громадські дискусії в суспільстві. І от виявилось, що таку перспективу позитивно сприймають як ті, хто вважає демократію найкращим режимом для України, так і прихильники авторитаризму (табл.2).

Цілком логічним є те, що респонденти, які вважають авторитарний режим кращим для України в абсолютній більшості (85%), погодилися, що Україні потрібна «сильна рука», яка зможе зробити більше, ніж усі закони та дискусії. Проте й серед тих, хто, начебто, є прихильниками демократичного устрою, на режим «сильної руки» пристала більшість – 70%, а не погодилися лише 14,6%. Але чи впливає з цих результатів, що вибір демократичного устрою носить радше декларативний характер і що насправді більша частина тих, хто його декларує, насправді є прибічниками авторитаризму?

Таблиця 2

Відповіді прибічників демократичного і авторитарного устрою на запитання «Чи згодні, що Україні потрібна «сильна рука», яка зможе зробити більше, ніж усі закони та суспільні дискусії?» (%)

<i>Чи згодні Ви, що Україні потрібна «сильна рука», яка зможе зробити більше, ніж усі закони та суспільні дискусії?</i>	<i>Вибір демократії</i>	<i>Вибір авторитаризму</i>	<i>Байдужість до типу режиму</i>	<i>Не визначилися з вибором</i>
Повністю згодні	39,8	46,0	43,8	44,5
В основному згодні	30,2	39,3	39,6	22,9
В основному не згодні	10,4	2,0	3,5	5,5
Повністю не згодні	4,2	1,8	3,5	5,5
Важко сказати	15,4	10,9	18,5	21,6

В опитуванні, проведеному в грудні 2009 року, було поставлено запитання, що розуміють респонденти під «сильною рукою» – чи справді вони хотіли б мати таких лідерів, які є «вищими за закони та суспільні дискусії»? Як виявилось, насправді більшість із тих, хто висловив згоду мати

лідерів «сильної руки», вважає, що це такі лідери, які діють суто у межах закону, за принципом «закон – один для всіх» (69%) і лише 11% згодні з тим, що це такі лідери, які «не обов'язково дотримуються існуючих законів, якщо треба досягти певних цілей». Яким чином поєднуються такі досить суперечливі установки – орієнтація на «сильного лідера», який може діяти ефективніше, ніж усі закони, і розуміння тими ж людьми цього лідера як такого, що діє суто у межах закону? Вочевидь, це є виявом тої самої амбівалентності масової свідомості, про яку неодноразово писали українські соціологи – «співіснування “в одній голові” двох взаємовиключних політичних ідей» (Головаха, 1997: 109).

Друга важлива характеристика демократичної політичної культури – це політична участь, найбільш масова форма – це участь у виборах. Адже саме вибори є головним механізмом, що вможливає вплив громадян на владу – шляхом обрання тих, хто керуватиме країною, від їхнього імені ухвалюватиме закони та обстоюватиме інтереси громадян. Загалом явка українських громадян на вибори, особливо загальнонаціонального масштабу, є вельми високою. Головним мотивом, що спонукає українців до участі у виборах, як свідчать і передвиборні опитування, є визнання свого громадянського обов'язку. Проте другим значимим мотивом, за даними тих самих опитувань, є побоювання, що в разі неявки на вибори «цим голосом може хтось скористатися», тобто побоювання елементарних фальсифікацій. Причому цікаво, що серед тих, хто вважає демократичний устрій найкращим для України, серед мотивів участі у виборах переважає розуміння свого громадянського обов'язку (52% і 29% ладні взяти участь у виборах, щоб їхнім голосом ніхто не скористався). А от серед тих, хто обирає авторитарний режим, з причини розуміння свого громадянського обов'язку ладні узяти участь у виборах 37% і стільки ж – 36% – щоб їхній голос на сфальшували.

Водночас і ті, хто визнає кращим для країни демократичний устрій, і ті, хто погоджується на авторитарний режим, не вважають, що вибори в Україні є реальним механізмом впливу громадян на владу, хоча серед прибічників демократичного устрою в Україні «оптимістів» все ж істотно більше (табл.3).

Таблиця 3

Відповіді прибічників демократичного і авторитарного устрою на запитання «Чи згодні Ви з тим, що вибори в Україні є реальним механізмом впливу громадян на владу?» (%)

<i>Чи згодні Ви, що вибори в Україні є реальним механізмом впливу громадян на владу?</i>	<i>Вибір демократії</i>	<i>Вибір авторитаризму</i>	<i>Байдужість до типу режиму</i>	<i>Не визначилися з вибором</i>
Зовсім не згодні	16,2	16,4	27,9	19,8
В основному не згодні	24,5	33,2	30,6	25,3
В основному згодні	32,2	17,7	14,7	17,1
Повністю згодні	3,6	2,3	1,5	2,1
Важко сказати	23,4	20,3	25,3	35,7

В опитуваннях до і після виборів часом ставиться запитання: «Що заважає виборам в Україні стати реальним механізмом впливу громадян на владу?» І завжди переважає відповідь: «Політики не виконують своїх обіцянок». В опитуванні, проведеному у грудні 2009 року, так відповіли 57% тих, хто визнає найкращим устроєм для України демократію і рівно стільки ж прихильників авторитарного устрою. Проте чи вимогливі насправді виборці до програм політичних сил і кандидатів? З одного боку, перед усіма виборами серед мотивів голосування виборці вказують на програми, з іншого – вони не реагують на відсутність таких програм у політиків, які йдуть на вибори. Понад те, в опитуванні було запитання: «Як ви вважаєте, той кандидат, за якого Ви зібралися проголосувати, достатньо вичерпно пояснив Вам, як він розв'язуватиме ті проблеми, які для Вас важливі?» Цікаво, що 53% виборців відповіли, що вони розуміють, як саме обраний ними кандидат впорається з проблемами. І це при тому, що серед найважливіх завдань, які має вирішувати новообраний президент, були подолання економічної кризи, боротьба з корупцією, проведення назрілих у суспільстві реформ (пенсійної, охорони здоров'я тощо). Експерти, що аналізували програми кандидатів, дійшли одностайного висновку щодо неконкретності програм, які не містять ані способів розв'язання проблем, ані якихось конкретних показників, за якими можна контролювати їх

виконання. Вочевидь, головне полягає в тому, що виборці ще не навчилися обирати свідомо, ставити на виборах політичним силам та кандидатам конкретні питання і висувати конкретні вимоги щодо їхньої майбутньої діяльності, що було б одним із основних показників електоральної культури як невіддільної складової культури демократичних виборів.

Серед причин, через які вибори в Україні не стали механізмом впливу громадян на владу, друге місце посіла «відсутність постійного громадського контролю за обраною владою» – на це вказали 27% опитаних. Люди вже розуміють, що без активності громадян влада є безконтрольною й одразу після виборів забуде про свої обіцянки під час виборів.

Громадянська активність, участь у громадських організаціях та інші різноманітні форми громадянської активності – це ключовий складник демократичної політичної культури, адже суть і смисл демократії – у можливостях громадян впливати на владу з метою захисту та обстоювання своїх інтересів.

Об'єднання громадян у громадські організації є практичним виявом сформованості демократичної політичної культури. Водночас, як свідчать дані моніторингу Інституту соціології, кількісно членство у громадських об'єднаннях не зростає, перебуваючи у межах 12–17% (*Головаха, Паніна, 2008: 10*). Про те, що Україна істотно відстає за показником громадянської активності від країн розвиненої демократії, свідчать і результати Європейського соціального дослідження. Попри те, що опитування відбувалося у 2005 році, і попри те, що Україна вийшла у лідери за участю у мітингах та демонстраціях, лише 2,2% опитаних українців відповіли, що їм доводилося впродовж останніх 12 місяців працювати в організації чи об'єднанні, іншій, ніж політична партія або рух (*Головаха, 1997: 20*). І саме за цим показником виявилися разючі відмінності між країнами усталеної демократії, «старими» членами ЄС, і молодими демократіями, в тому числі «новачками» ЄС. Показово, що відсоток членства у громадських організаціях виявився таким, що прямо корелює із рівнем задоволеності тим, як у країні працює демократія. Країни з найвищим рівнем задоволення функціонуванням демократії відрізнялися і найвищими рівнями

участі громадян у діяльності неполітичних об'єднань. Існує і зворотний зв'язок: як засвідчило дослідження, члени громадських об'єднань дають більше позитивних оцінок тому, як функціонує демократія в Україні (за даними опитування, проведеного у грудні 2009 року, 28% позитивних оцінок серед тих, хто бере участь у діяльності громадських організацій, і 17% серед тих, хто такої участі не бере).

І це зрозуміло, бо ті, хто бере участь у діяльності громадських організацій, має можливість переконатися у спроможності іноді реально впливати на владу, особливо – на місцевому рівні (*Головаха, Горбачик, Паніна, 2006: 391*).

Загалом, на нашу думку, правомірно зробити висновок, що уявлення про демократію як найкращий устрій для України і відчуття своєї спроможності взаємопов'язані: ті, хто вважає демократичний устрій найкращим для України, убачають більше механізмів, які дають змогу впливати на владу (табл. 4).

Як свідчать дані, наведені у таблиці, дієві методи впливу на владу громадяни у ліпшому разі убачають у виборах різного рівня, але навіть цей, справді суттєвий механізм демократичного суспільства оцінюють як дієвий лише половина з тих, хто обирає демократичний устрій як найкращий для України. А ті методи повсякденного функціонування громадянського суспільства, якими громадяни у розвинених демократіях зазвичай обстоюють свої інтереси, визнання в українському суспільстві не зажили. Це означає вкрай низьку розвиненість практичної складової демократичної політичної культури в Україні.

Отже, цілком логічними виглядають і низькі оцінки, що їх дають громадяни функціонуванню демократії в Україні, і власній спроможності впливати на владу, бо суть демократії й полягає у можливостях впливу громадян на владу через певні, історично вироблені механізми.

Тому демократична політична культура в Україні, що включає як когнітивну складову – позитивне ставлення до демократії та її основних компонентів, так і практичну – реальні дії, спрямовані на здійснення впливу на владу, є субкультурою, притаманною меншості населення. Найпоширеніший у суспільстві тип політичної культури є амбівалентним утворенням, де сполучаються як демократичні

Таблиця 4

Уявлення прихильників демократичного чи авторитарного устрою на запитання щодо наявності конкретних механізмів пересічних громадян України на ухвалення певних державних рішень (%)*

Механізми, що дають змогу громадянам впливати на ухвалення державних рішень	Ті, хто обрав демократію	Ті, хто обрав авторитаризм	Байдужі до типу режиму	Населення України
Вибори Президента	49,8	36,4	20,9	37,1
Вибори Верховної Ради	38,3	31,3	16,2	29,2
Вибори місцевої влади	33,2	28,2	13,8	25,2
Участь у діяльності політичних партій	6,6	8,3	4,7	6,2
Участь у громадських обговореннях	9,4	5,7	5,0	6,7
Звернення до засобів масової інформації	19,7	15,7	12,9	16,4
Звернення до депутата	9,7	8,5	3,8	7,9
Участь у діяльності громадських організацій	7,9	5,8	6,9	6,5
Участь у мітингах, демонстраціях	23,5	16,3	12,6	17,1
Участь у страйках	20,1	15,5	9,1	14,9
Збір підписів, підписання петицій	14,1	10,0	8,2	10,9
Судові позови до органів влади	10,3	6,8	11,5	8,7
Інше	1,1	1,0	2,1	1,3
Насправді громадяни ніяк не можуть вплинути на ухвалення рішень у державі	17,0	28,7	40,3	26,4
Важко сказати	8,2	9,3	15,0	12,2

* Кількість відповідей не обмежувалася.

установки (першою чергою – декларативне визнання демократичного устрою як найкращого для України, визнання необхідності усім дотримуватися законів, участь у виборах, повага до прав і свобод тощо), так і авторитарне (насамперед віра у «сильну руку», яка зможе «навести порядок», незважаючи на існуючі закони і не дослухаючись до суспільних дискусій, невіра у здатність громадян впливати на владу, сподівання на посилення покарань як на дієвий захід боротьби із корупцією тощо).

Поширеність демократичної субкультури у контексті ліберально-демократичних цінностей

Перспективи побудови в Україні сучасного демократичного суспільства з розвиненою ринковою економікою, із значною частиною самодостатнього населення, яке не очікує милості від держави, а саме здатне турбуватися про свій добробут, передбачає наявність певної «критичної» кількості таких громадян, які можуть стати рушієм поступу держави. Наскільки поширений у суспільстві такий тип особистості, невіддільною складовою якого є демократична культура? З метою з'ясування поширеності демократичного типу політичної культури в українському суспільстві та його зв'язку з іншими феноменами суспільної свідомості (ставленням до ринкової економіки, життєвими цінностями особистості тощо) у грудні 2006 року нами було проведено соціологічне дослідження⁸. Дослідження включало вимірювання ліберально-демократичних цінностей і визначення їхньої поширеності в українському суспільстві.

Основними показниками ліберально-демократичної свідомості у дослідженні були: прийняття реалій ринкової економіки – позитивне ставлення до приватизації великих і малих підприємств та землі, позитивне ставлення до приватного підприємництва; визнання самоцінності демократії та свободи, позитивної ролі опозиції; особистісні якості – впевненість людей у своїх силах, підприємливість і сподівання на себе, а не на державу чи зовнішні обставини; толерантність, готовність до сприйняття інших, відмінних від себе людей.

Життєві цінності розглядалися у таких ціннісних дихотоміях, які дали змогу побудувати типологію особистостей за ознакою прихильності до ліберально-демократичних чи

⁸ Загальнонаціональне опитування населення України, проведене фірмою «Юкрейніан соціолоджі сервіс» та центром «Українське демократичне коло», тривало з 7 до 25 грудня 2006 року N = 4998, вибірка квотна, репрезентативна для дорослого населення України (від 18 років) за статтю, віком, рівнем освіти, регіоном і типом поселення.

авторитарних життєвих цінностей: *свобода – рівність; державний патерналізм – самостійність, самореалізація; екстернальність – інтернальність; толерантність – нетерпимість; матеріалізм – постматеріалізм; консерватизм – лібералізм; державна власність – приватна власність; державне регулювання – ринкова саморегуляція; демократія – авторитаризм.*

Загалом спроба об'єднати у спільну групу тих, хто давав ліберально-демократичні відповіді за всіма наявними в анкеті вимірами, дала чітку відповідь: *нуль*. Далі спроби об'єднати респондентів хоча б за більшістю ліберально-демократичних вимірів теж давали невтішні результати: сума була близькою до нуля (приблизно 14–20 анкет на вибірку із майже 5000 респондентів). Це означає, що в Україні практично відсутні люди з послідовно ліберально-демократичним світоглядом: поділяючи одні цінності такого стилю, вони можуть не поділяти інших. І це зрозуміло: з одного боку, виховання і досвід життя за радянських часів (старше покоління в абсолютній більшості взагалі не сприймає цінностей лібералізму), з іншого боку, ті варварські форми, у яких в Україні відбувалася «розбудова» капіталізму та його нинішнє існування у формах олігархічного панування. Водночас саме «дикі» форми первинного капіталізму в Україні стимулювали розвиток таких особистісних світоглядних утворень, як зростання сподівань на себе, подолання патерналістських сподівань на державу.

Оскільки виявлення єдиної групи за всіма параметрами ліберально-демократичного світогляду виявилось неможливим, було вирішено кілька показників ліберально-демократичного світогляду, які розглядалися аналізувалися окремо. Кожна з них містила приблизно по 10% респондентів, що дозволяло проводити аналіз. Причому ці показники будувалися за «м'яким» принципом, тобто включали мінімум вимог, оскільки будь-яке розширення параметрів різко зменшувало кількість респондентів і наближало суму до дуже малих величин. Так, варто було до показників проринкових поглядів включити ставлення до приватизації великих підприємств, як одразу цифра зменшувалася до таких

меж, що внеможливлують аналіз. Хоча загалом по масиву 10% позитивно сприймали велику приватизацію, проте з них відсіюються ті, хто не обирає цінність свободи, не сприймає приватизацію землі, не спирається на свої власні сили, не є толерантним тощо.

Отже, кожний із показників включав лише кілька, найзагальніших параметрів ліберально-демократичної культури. Зрештою було виділено такі показники:

1. Показники проринкових поглядів, які об'єднують тих, хто одночасно визнає приватизацію сільськогосподарської землі (їх все ж більше, ніж прихильників великої промислової приватизації), приватизацію державних підприємств та визнання ринкової економіки, приватного підприємництва найкращими засобами розв'язання економічних проблем України. Загалом кількість респондентів, яких можна віднести до носіїв ліберальних економічних поглядів, за цією шкалою становить 12%.

2. Показники свободи і демократії – визнання самоцінності свободи, її переважання навіть за рахунок добробуту та демократії як найліпшого суспільного устрою для України. Перетин шкал свободи (цю цінність обрали 38%) і демократії дав 10% (якщо брати лише тих, хто обирає демократію без відхилень) або 19% – якщо підходити більш «м'яко» і залічити до цієї групи тих, хто припускає певні можливі відхилення від демократії.

3. Показники самодостатнього психологічного типу особистості – тих, хто схильний у своєму житті покладатися на себе, а не на зовнішні обставини (інтерналі). Таких у дослідженні виявилось 19%: 6% – повністю покладаються на себе і ще 13% – переважно на себе, але й визнають залежність від зовнішніх обставин.

4. Показники толерантності. Сюди були включені лише два параметри – позитивне ставлення до національних меншин (євреїв та вихідців з Кавказу). Будь-яка спроба долучити сюди ще якісь параметри (ставлення до сексуальних меншин, проституції, легалізації зброї тощо) одразу різко зменшувала групу «толерантних». Загалом тих, хто готовий одночасно допустити в якості друзів і євреїв, і вихідців з Кавказу, виявилось 24%.

Хоча можна припустити, що якби у дослідженні були згадані представники ще інших національностей, ця цифра була б набагато меншою.

Спроби поєднати в єдину групу «ліберал-демократів» за всіма цими показниками не були вдалимими і давали мізерний відсоток. Максимум, що вдалося зробити, – це об'єднати «ліберал-демократів» за шкалами проринкових поглядів, ліберального типу особистості й толерантності. І таких виявилось «аж» 1.78% (88 анкет з 5000).

Дійшовши висновку, що людей з послідовно ліберал-демократичними поглядами в Україні дуже мало і що вирізнення послідовного ліберально-демократичного типу за вибіркою у 5000 респондентів не виявляється можливим, ми об'єднали лише два із зазначених показників – прихильності до ринкової економіки та прихильності до демократичного політичного режиму.

Прихильність до ринкової економіки визначалася за позитивними відповідями («повністю згоден» та «переважно згоден») із такими твердженнями: «Уся сільськогосподарська земля має бути передана у приватну власність»; «Це нормально, якщо державні підприємства приватизуються»; «Ринкова економіка, приватне підприємництво – найкращий спосіб розв'язання економічних проблем України». Антиринкова спрямованість, відповідно, визначалася за незгодою (повною чи переважною) з цими судженнями. Перший тип ринково налаштованих (ті, хто був згоден з усіма цими трьома судженнями) становив 11%. Соціальний тип протилежного, антиринкового спрямування (себто ті, хто був незгоден з усіма цими трьома судженнями) посідав майже удвічі більшу частку – 21%.

За прихильністю до демократії як типу політичного режиму, звичайно, виявилися істотні відмінності між цими двома типами (табл. 5).

Водночас звернімо увагу, що й серед прибічників ринкової економіки лише третина є послідовними прихильниками демократії. Об'єднання у єдину групу прихильників ринкової економіки та демократії дає зовсім невеликий відсоток – 4,3%, тоді як респондентів із послідовно антиринковими

Таблиця 5

Уявлення респондентів із проринковими та антиринковими поглядами про найкращий для України тип політичної системи (%)

<i>Яка політична система була б найкращою для України?</i>	<i>Проринково налаштовані</i>	<i>Антиринково налаштовані</i>	<i>Населення України загалом</i>
Найкращою для України є демократична багатопартійна система, незважаючи на її недоліки	38,8	14,0	22,6
Я не проти демократичної системи, однак заради забезпечення громадського спокою від демократичних принципів можна іноді відступати	31,8	11,0	19,0
Нашій країні потрібна не демократія, а «сильна рука» в особі жорсткого керівника, який нарешті наведе лад у країні	28,7	39,3	38,7
Важко сказати	11,2	35,6	19,7

та антидемократичними установками виявилось майже удвічі більше – 8,5%.

Великий обсяг масиву (5000 респондентів) все ж таки дає змогу розглянути ці дві групи (перша налічує 214 респондентів, друга – 421).

Статистично значимі відмінності у прихильності до ринково-демократичних чи антиринкових та антидемократичних поглядів визначаються першою чергою рівнем освіти: серед респондентів із неповною середньою освітою до типу ринково-демократичної культури належать 1,9%, а серед осіб із повною вищою освітою – 7,9%. За віком дещо вищий відсоток прихильників ринково-демократичних поглядів припадає на групу молоді (7% порівняно з 2% серед найстарших). Найвищий відсоток послідовних ринково-демократично налаштованих виявився у двох соціальних групах: керівників та підприємців. Утім, вони ж є й найбільш матеріально забезпеченими. Антиринкова й антидемократична політична культура найбільше поширена серед пенсіонерів. Регіонально представники цих двох типів політичної культури – ліберально-демократичної та антиліберально-демократичної розосереджені у різних регіонах.

Соціальними групами, що відрізняються більшою поширеністю проринково-демократичної субкультури, є ті, що більшою мірою становлять соціальну базу середнього класу – підприємці, керівники, частина інтелігенції. Водночас ця нечисленна частина громадян, яких у принципі було б достатньо для підтримки відповідної політичної партії з послідовною проринково-демократичною, а не популістською програмою, поділена на, умовно кажучи, «Схід» і «Захід» за тими самими питаннями, які розмежовують Україну загалом. І вони теж схильні орієнтуватися не на партійно-політичні програми, а на «своїх» політиків.

Отже, й досі залишається справедливим висновок, що його зробили автори дослідження «Політична культура населення України» ще у 1993 році про амбівалентність політичної культури населення України, де сполучаються демократичні та авторитарні установки. Підтримка демократії має переважно декларативний характер, а власна демократична активність розвинена дуже слабо. Демократична культура існує у статусі субкультури, яка притаманна кількісно невеликій верстві населення, що послідовно втілює складові демократичної культури.

Несформованість цілісної демократичної політичної культури відбиває і сучасна багатопартійна система України, яка будується не за ідеологічними принципами, а на підставі згуртування навколо певного популярного серед населення лідера. І найближчим часом важко сподіватися, що ситуація зміниться, адже безперервні вибори та перетворення партій на виборчі штаби фактично консервує цю ситуацію неідеологічного вибору і гальмує формування політичної культури населення. З іншого боку, поки не зміниться політична культура суспільства, поки населення не почне обирати партії за принципом обстоювання своїх інтересів (і розуміння своїх власних інтересів), доти успіх будь-яких ідеологічно орієнтованих проектів є сумнівним. А без наявності достатньої кількості електорату, який би становили певні цілісні політичні субкультури, не можна сподіватися на те, що українська політична система набуде тих якостей, що їх мають багатопартійні системи у розвинених європейських демократіях.

Отже, виявляється певне замкнене коло. В умовах електоральної демократії політичні еліти, прагнучи здобути успіх на виборах, орієнтуються на наявний масовий тип політичної культури. З іншого боку, істотні зміни у типі політичної культури вирішальною мірою залежать від політичних еліт, від тих політичних практик, які стимулюються у суспільстві. Понад те, власне сучасне політичне життя значною мірою дискредитує саму ідею демократії як спроможності людей впливати на владу.

Чи можна виховати демократа?

Чи можливе кількісне зростання соціальної групи з послідовною демократичною свідомістю? Чи можна «виховати» демократа?

Звичайно, найвпливовішим вихователем є життя, практика, включеність у такі суспільні відносини, які б спонукали громадян до власної активності, до участі у різноманітних формах громадянської активності. Водночас така участь вже передбачає формування певних демократичних установок та навичок.

Звісно, на формування політичної культури впливають різні агенти соціалізації, головні з яких – сім'я, школа, ЗМІ, групи безпосереднього спілкування. Але єдиним інститутом, за посередництвом якого суспільство може здійснювати цілеспрямований вплив на покоління, що підрастає, є школа. Чи можна виміряти цей вплив? У листопаді 2007 року було здійснено дослідження впливу громадянської освіти на учнів випускних класів. Дослідження було замовлене Асоціацією викладачів суспільних дисциплін «Нова доба», яка вже впродовж кількох років здійснює у школах проект «Громадянська освіта».

У дослідженні було сформовано дві рівні за кількістю підвибірки школярів. Перша підвибірка (600 респондентів) формувалася з експериментальних класів (ЕК) середніх загальноосвітніх закладів, у яких викладають курси громадянської освіти. Для того, щоб ця підвибірка мала загальнонаціональну репрезентацію, вона ґрунтувалася на статистичних даних, наданих Міністерством освіти і науки стосовно кількості школярів 11-х класів у кожній з областей України, а також щодо кількості школярів у містах і се-

лах у кожній з областей. Далі підвибірку будували у три етапи. На першому обчислювали відсоткові співвідношення школярів 11-х класів у чотирьох вирізнених регіонах України: на Заході, в Центрі, на Сході та Півдні. Групування областей у регіони було таким самим, як і у звичайних загальнонаціональних соціологічних опитуваннях громадської думки. Відсоток опитуваних учнів у кожному з виділених регіонів мав відповідати статистичним співвідношенням. На другому етапі у кожному з цих регіонів визначили відсоткове співвідношення міських та сільських учнів згідно із статистикою. На третьому етапі у виокремлених регіонів – містах і селах – у межах визначених відсотків добирали шкільні класи з числа тих, де Асоціація «Нова доба» проводила заняття із громадянської освіти, при цьому міська вибірка мала включати як обласні центри, так і невеликі міста. Конкретні класи та школи у межах зазначених чотирьох регіонах добиралися не Асоціацією, а соціологом, який робив вибірку, випадковим способом із наданого списку. У кожному регіоні були передбачені два запасні варіанти (одна школа у місті та одна на селі) на випадок, якщо з тих чи інших причин не вдасться реалізувати опитування у запланованому класі.

Вибірка контрольних класів (КК) була тої самої чисельності, що й експериментальна, і включала учнів із класів, де не проводилися експериментальні заняття із громадянської освіти. Контрольну вибірку будували так, щоб вона була максимально наближеною до вибірки експериментальних класів. Для цього обрали або паралельний клас у тій же школі, що й експериментальний клас, але де не застосовувалися програми «Нової доби», або брали клас у сусідній школі. У селах, де школа одна, брали школу і клас із будь-якого сусіднього села.

Регіони були представлені такими областями:

Захід – Волинська, Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська та Хмельницька області (366 респондентів);

Центр – Вінницька, Житомирська, Кіровоградська, Київська, Полтавська, Чернігівська області та м. Київ (357 респондентів);

Південь – Миколаївська, Херсонська області, АР Крим та м. Севастополь (330 респондентів);

Таблиця 6

Розподіл учнів експериментальних (ЕК) та контрольних (КК) класів залученістю до політичної активності (%)

Як часто у школі вам доводилося займатися такими видами діяльності?	Часто		Іноді		Ніколи		Важко відповісти	
	ЕК	КК	ЕК	КК	ЕК	КК	ЕК	КК
Обговорення сучасних подій у країні чи місцевій громаді	49	24	46	64	3	6	2	5
Участь у дискусіях, які відображають різні точки зору	52	29	37	53	6	10	4	8
Критичний аналіз інформації (в тому числі зі ЗМІ)	36	17	47	43	11	21	7	19
Обговорення подій суспільно-політичного життя країни	44	31	46	48	4	12	5	9
Обговорення подій економічного життя	33	22	55	58	8	12	1	2
Обговорення подій суспільно-культурного життя	44	31	46	48	4	12	5	9

Схід – Дніпропетровська, Донецька, Луганська та Харківська області (287 респондентів).

Перш за все дослідження виявило, що школярі з експериментальних класів набагато більше, ніж їхні однолітки, займаються тими видами розумової діяльності, які формують залученість до політичного життя, впливають на рівень політичної компетентності (табл.6).

Проте чи впливають ці види діяльності на формування світогляду, на демократизм установок? В опитуванні з'ясувалося, які чинники школярі розцінюють як найбільш важливі для того, щоб вважати людину активним громадянином. Причому питання не ставилося так, щоб обрати більш важливі і менш важливі чинники: кожний із них оцінювався окремо, і в якості важливих можна було назвати навіть усі.

Як видно з таблиці 7, пріоритетні якості громадянина (які вважають дуже важливими понад 70% опитаних) здебільшого однакові для учнів, які навчаються в експериментальних класах і для загалу. Головне для громадянина, на думку учнів із двох груп, – уміти захищати свої права та поважати права інших, сумлінно працювати, до-

Таблиця 7

Розподіл учнів експериментальних (ЕК) та контрольних (КК) класів за оцінкою характеристик активного громадянина (%)

Наскільки важливими для людини є перелічені чинники, щоб вважати її активним громадянином?	Дуже важливо		Певною мірою важливо		Зовсім не важливо		Важко відповісти	
	ЕК	КК	ЕК	КК	ЕК	КК	ЕК	КК
Участь у виборах	74	57	20	31	5	10	1	2
Належність до певної політичної партії	9	12	41	36	43	42	6	10
Цікавість до політичних новин у пресі, по радіо і телебаченню	52	42	40	44	6	12	3	3
Прагнення працювати в органах влади	19	23	42	40	31	29	7	9
Участь у діяльності громадських організацій	38	25	49	53	10	17	3	5
Сумлінна праця	80	71	16	24	3	4	1	2
Поважання прав інших	89	80	9	27	2	2	1	1
Знання історії своєї країни	71	66	26	30	3	4	0	0
Допомога іншим (інвалідам, сиротам та ін.)	70	68	27	27	2	3	2	2
Вміння захищати свої права	92	86	8	12	1	1	0	0
Участь у діяльності із захисту навколишнього середовища	43	37	50	53	6	7	0	0
Повага до представників влади	26	19	50	50	17	23	7	8
Участь у діяльності органів самоврядування	28	16	55	55	11	18	6	11
Контроль за владою та її представниками	45	35	36	38	11	17	8	10
Влаштування громадських акцій (непокори чи підтримки)	22	22	46	41	17	22	9	14
Економічна незалежність	61	50	25	35	8	8	6	7
Дотримання законів	84	73	13	22	2	3	2	1
Поважання державних символів (прапор, герб)	78	72	18	21	3	5	2	2
Готовність у разі потреби захищати свою країну	75	66	17	26	3	4	4	4

тримуватися законів та поважати державні символи – прапор, герб, допомагати іншим (інвалідам, сиротам тощо). Водночас учні з експериментальних класів, на відміну від своїх однолітків із звичайних класів, частіше відносять до категорії дуже важливих ще й такі чинники, як участь у виборах (тут різниця у визначенні до дуже важливого між учнями експериментальних та контрольних класів найбільша – 17%), готовність у разі потреби захищати свою країну (різниця у 9%) та знання історії своєї країни (різниця у 5%). Таким чином, демократична налаштованість тих учнів, які пройшли підготовку громадянською освітою, є вищою.

Водночас звернімо увагу, що найменш важливими чинниками для того, щоб вважатися активним громадянином, учні визнають ті, що належать до політичної діяльності: належність до певної політичної партії, прагнення працювати в органах влади, повага до представників влади, організація громадських акцій непокори чи підтримки, участь у діяльності органів самоврядування, контроль за владою та її представниками. Не надто високо оцінюють учні й такий чинник, як участь у діяльності громадських організацій, особливо учні звичайних шкіл. Узагальнення того, що, на думку учнів, є найменш важливим для активного громадянина, приводить до досить парадоксального висновку: найменш важливими школярі вважають найбільш дієві, практично-діяльнісні форми активності, ті, через які громадяни можуть реально вплинути на зміни у суспільстві. Звичайно, тут дається взнаки і загальне ставлення в Україні до влади та до політиків, тим паче що опитування відбувалося в період політичної кризи. Проте оцінка діяльнісно-громадянських чинників як другорядних для громадянина у молодих людей, які лише вступають у життя, означає, що не варто очікувати на швидкі зміни у характері політичного життя в українському суспільстві, оскільки значна частина молоді триматиметься осторонь політики.

Результатом громадянської освіти має бути краща підготовленість школярів до практичного виявлення своїх громадянських позицій та вмінь у суспільстві. Звичайно, опитування виявляє лише власну самооцінку школярів щодо виявлення громадянської активності.

Результати, наведені у таблиці 8, показують, що в учнів достатньо сформованими є якості інтересу до життя країни та міста (села), де вони живуть. Учні читають газети, дивляться телевізійні та радіопередачі.

Таблиця 8

Розподіл учнів експериментальних (ЕК) та контрольних (КК) класів за громадськими самохарактеристиками (%)

<i>Чи можна про тебе сказати, що ти:</i>	<i>Так</i>		<i>Ні</i>		<i>Важко відповісти</i>	
	<i>ЕК</i>	<i>КК</i>	<i>ЕК</i>	<i>КК</i>	<i>ЕК</i>	<i>КК</i>
Постійно стежиш за подіями політичного життя України	31	19	50	60	19	21
Маєш стійкі політичні переконання	35	23	48	57	17	20
Є прихильником певної політичної партії (блоку)	24	21	62	65	13	14
Читаєш газети, дивишся телевізійні або слухаєш радіопередачі, в яких аналізуються суспільно-політичні процеси в Україні	69	48	28	32	12	19
Дискутуєш із приводу суспільно-політичних процесів в Україні з друзями, знайомими	53	39	35	46	12	13
Усвідомлюєш проблеми країни	89	76	7	13	4	11
Знаєш проблеми свого міста (села)	79	72	12	14	9	14
Готовий брати участь у політичному і громадському житті	54	29	31	46	19	25
Співпрацюєш з іншими, щоб розв'язати проблеми у своєму місті (селі)	29	19	50	59	20	22

Водночас «вузьких місць» у громадянському вихованні два. Перше – це підготовка учнів як учасників політичного життя: учні мало слідкують за подіями політичного життя, більшість із них не мають стійких політичних переконань, і ще менше тих, хто є прихильником певної політичної партії. Згадаймо, що в опитуванні брали участь учні випускних класів, і через рік, коли їм виповниться 18 років, їм належить стати виборцями і голосувати. Чи буде їхній вибір свідомим? Друге – це те, що учні ще не почали брати практичну участь у розв'язанні проблем у їхніх містах та

селах. Звичайно, це є наслідком не так вад виховання, як того, що в Україні взагалі слабко розвинена громадська активність громадян. Згадаймо й те, що, як з'ясувалося у контексті попередніх запитань, учні не знають, як брати участь у діяльності громадських організацій, а саме через ці організації вони й могли би практично долучитися до розв'язання питань місцевого самоврядування.

Водночас результати, наведені у таблиці 8, засвідчують, що учні експериментальних класів набагато більше підготовлені до вияву громадянської активності, особливо – практичної. Серед них більше тих, хто постійно стежить за подіями політичного життя, читає газети, слухає радіо та дивиться телепередачі, дискутує із приводу суспільно-політичних процесів. І як наслідок – серед учнів експериментальних класів майже удвічі більше тих, хто вважає себе підготовленим до участі у політичному та громадському житті. Проте реально участь у цьому житті бере лише меншість навіть серед учнів з експериментальних класів (29%), щоправда, серед учнів із звичайних класів таких ще менше (19%).

Докорінне питання – наскільки впливає громадянська освіта школярів на ставлення до демократичних цінностей? Адже майбутнє України як демократичної країни вирішальним чином залежить від того, наскільки демократія як держаний устрій та демократичні цінності є важливими для молодого покоління. В опитуванні ставилися запитання щодо розуміння школярами демократії, про основні перешкоди у розвитку демократії, про те, від кого залежить першою чергою розвиток демократії в Україні.

Запитуючи про те, що для учнів означає демократія, їм пропонували обрати з 14 характеристик три основні, причому серед запропонованих характеристик були не лише позитивні, а й чотири негативні, які відображають певні стереотипи стосовно демократії як хаосу, конфліктів, соціального розшарування. Слід одразу зазначити, що ці негативні характеристики учні майже не включили у своє бачення демократії.

Як свідчать результати опитування (табл. 9), безумовно першою характеристикою демократії – для учнів як экс-

периментальних класів, так і звичайних – є свобода: слова, думок, засобів масової інформації, релігії тощо. Другою за значущістю характеристикою є для учнів обох типів класів проведення чесних справедливих виборів, третьою – добробут, стабільне економічне зростання. Ще однією з пріоритетних характеристик демократії, щодо важливості якої немає відмінностей між учнями обох типів класів, є виконання тими, кого обрали, своїх виборчих обіцянок.

А от далі пріоритети у визначенні головних характеристик демократії в учнів експериментальних і звичайних класів дещо різняться. Для учнів експериментальних класів

Таблиця 9

Розподіл учнів експериментальних (ЕК) та контрольних (КК) класів за оцінками характеристик демократії* (%)

Що для тебе у першу чергу означає демократія?	ЕК	КК	Загалом
Проведення чесних справедливих виборів	42	53	48
Незалежність судової системи, панування закону	32	22	27
Виконання тими, кого обрали, своїх виборчих обіцянок	27	30	29
Постійний громадський контроль за обраною владою	15	13	14
Добробут, стабільне економічне зростання	32	31	31
Безпека для моєї сім'ї	24	30	27
Чіткий міжнародний політичний курс	7	9	8
Суспільні конфлікти	3	5	4
Парламент, що обстоює мої політичні погляди	7	8	8
Соціальне розшарування суспільства на бідних і багатих, зубожіння	2	3	2
Свобода слова, думок, засобів масової інформації, релігії тощо	57	42	49
Можливість громадян брати участь в управлінні, у громадському житті	26	19	22
Соціальний захист, соціальні гарантії	20	16	18
Безвладдя і хаос	2	5	4
Інше	2	1	2
Важко сказати	2	6	4

* Слід було зазначити три основні характеристики

незалежність судової системи, панування закону важить не менш, ніж добробут. Для учнів звичайних класів панування закону не входить до пріоритетів, натомість до пріоритетів вони включають безпеку своєї сім'ї. Вагома і важлива відмінність у поглядах школярів різних типів класів є та, що школярі з експериментальних класів більшої ваги надають такій характеристиці демократії, як можливість громадян брати участь в управлінні, у громадському житті.

Аналіз відповідей школярів на запитання, які перешкоди для розвитку демократії існують в Україні, засвідчує, що головну перешкоду можна визначити одним словом – це влада – корупція, безвідповідальність і егоїзм можновладців, постійні конфлікти різних гілок влади. І тут немає ніякої різниці у поглядах учнів експериментальних та звичайних класів. Щодо відмінностей між думкою учнів двох типів класів, звернімо увагу на те, що учні експериментальних класів до перешкод демократії зараховують пасивність людей, натомість учні звичайних класів більше, ніж їхні ровесники з експериментальних класів, вбачають перешкоду демократії у низькому рівні життя людей.

Важливим було питання про те, від кого, на думку школярів, залежить рівень демократії в Україні, причому школярам у цьому випадку не треба було обирати більш і менш важливі суб'єкти розвитку демократії – можна було вважати важливими хоч усі.

Як видно з даних, наведених у таблиці 10, учні як експериментальних, так і звичайних класів зійшлися на тому, що головним «відповідальним» за розвиток демократії в Україні вони вважають центральну владу. Звернімо увагу на те, що учні експериментальних класів набагато більше, ніж учні звичайних класів, вбачають роль самих громадян у розвитку демократії. Важливими суб'єктами демократії також, на думку учнів, є політичні лідери та політичні партії. Водночас учні явно недооцінюють роль у розвитку демократії таких важливих суб'єктів, як місцеві органи влади, засоби масової інформації та громадські організації, через які, власне, громадяни і можуть реально впливати на удосконалення демократії.

В опитуванні учням було поставлене те саме запитання, що його соціологи ставили й у загальнонаціональних опиту-

Таблиця 10

Розподіл учнів експериментальних (ЕК) та контрольних (КК) класів за уявленнями про суб'єктів розвитку демократії (%)

Від кого, на твою думку, залежить рівень демократії в Україні?	Вирішальною мірою		Певною мірою		Не залежить зовсім		Важко сказати	
	ЕК	КК	ЕК	КК	ЕК	КК	ЕК	КК
Від центральної влади	80	72	16	20	1	2	3	6
Від місцевих органів влади	42	37	51	49	4	6	3	7
Від політичних партій	59	49	31	37	5	6	4	7
Від громадських організацій	29	24	55	50	11	15	5	11
Від засобів масової інформації	31	22	46	45	18	20	5	12
Від самих громадян	73	54	20	30	5	9	2	6
Від політичних лідерів	65	59	28	28	4	5	4	8
Від підтримки країн розвинутої демократії	50	42	36	35	7	9	7	13

ваннях населення, щоби з'ясувати, яку політичну систему учні вважають найкращою для України. Виявилось, що посилення авторитарних настроїв, прагнення «сильної руки», яка наведе, нарешті, лад у суспільстві, характерне і для школярів. Серед учнів переважає позиція, що нашій країні потрібна не демократія, а «сильна рука» в особі жорсткого керівника, який нарешті наведе лад в країні; ще значна частина школярів припускає, що заради громадського спокою від демократичних принципів можна іноді відступати (табл. 11). І лише незначна частина школярів (27% серед учнів експериментальних класів і 11% серед учнів звичайних класів) підтримали нинішню демократичну багатопартійну систему. Це – дуже тривожний результат. Звичайно, демократія в Україні ще дуже слабка, недосконала і не завжди функціональна. Але замість боротися за вдосконалення цієї демократії (передусім через практичну участь у громадському та політичному житті), учні легко погоджуються на те, щоб від демократії відійти взагалі.

Ціннісні орієнтації школярів не є абстракцією; вони становлять основу світогляду людини, який формується у молодому віці. Можна мати відмінні знання про суть демо-

Таблиця 11

Розподіл учнів експериментальних (ЕК) та контрольних (КК) класів за уявленнями про найкращу для країни політичну систему (%)

Яке із суджень тобі ближче?	ЕК	КК	Загалом
Найкращою для України є демократична багатопартійна система, незважаючи на її вади	27	11	19
Я не проти демократичної системи, однак заради забезпечення громадського спокою від демократичних принципів можна іноді відступати	19	16	17
Нашій країні потрібна не демократія, а «сильна рука» в особі жорсткого керівника, який нарешті наведе лад у країні	34	47	41
Важко сказати	19	27	23

кратії, але якщо у молодій людині на рівні глибинних переконань не сформовані ціннісні орієнтації на демократію, то в майбутньому дорослому житті людина може легко віддати свої права та свободи черговій «сильній руці». Виховання стабільних демократичних переконань відбувається насамперед у практиці спільних із товаришами дій щодо розв'язання важливих для учнів питань, попервах із їхнього реального учнівського життя, що має показати їм, що демократія забезпечує можливість впливу на розв'язання життєвих проблем.

Таким чином, розгляд впливу громадянської освіти на формування демократичного типу світогляду засвідчив парадоксальну річ. З одного боку, як показують результати дослідження, відповідна освіта (до якої слід, очевидно, додати ще й безпосередній особистісний вплив викладачів – активістів Асоціації «Нова доба») істотно впливає на формування в учнів демократичної політичної та громадянської компетентності, яка є необхідною складовою демократичної культури. З іншого боку, молоде покоління «хворе» тими самими «хворобами», що й їхні батьки – недостатньою готовністю до практичних громадянських дій, до об'єднання у громадські організації, схильністю до підтримки режиму «сильної руки».

Усе це не додає оптимізму щодо швидкого перетворення демократичної політичної субкультури на домінуючий тип політичної культури в Україні.

3.5. Ортодоксальні імплікації у православ'ї

Детермінанти релігійності у сучасній культурі

Важливість і актуальність дослідження субкультури «воцерковлених» у релігійному і культурному полі православ'я визначається низкою причин. Одна з них – спроба українських і російських політичних еліт перетворити православ'я в консолідаційну для нації ідеологію, де-факто порушуючи проголошені принципи відокремлення церкви від держави, використовуючи церкву і церковні структури для досягнення далеко не релігійних цілей. Владні та політичні еліти, їхні лідери, національна інтелігенція у своїх програмах, виступах, публічних дискусіях, які широко транслюються у медіа-просторі, неодноразово зверталися і звертаються до теми духовного відродження й оздоровлення української нації. До них приєднуються представники наукового співтовариства. Більшість із них вважають, що потрібен відхід від примітивного, споживацького типу суспільства, відновлення істинних духовно-моральних цінностей, зокрема релігійних, на європейських, демократичних засадах.

Переважає більшість тих, кого турбує ця проблема, вважають рятівним підвищення рівня релігійності населення України, хоча соціологічні дослідження фіксують достатньо високі показники симпатії до релігії, довіри до церкви, а також релігійності за самопрезентацією впродовж усіх років незалежності. Особливі надії покладаються на створення Української помісної православної церкви, яка має перебрати на себе не тільки завдання консолідації українського суспільства, а й морального його оздоровлення. Без огляду на відокремлення церкви від держави, яке нібито існує в Україні, та попри її поліконфесійність, вищі державні чиновники пропонують увести у школи такі предмети, як «православна культура» та «православна етика». Серед політологів, соціологів, релігієзнавців стає достатньо поширеною впевненість у тому, що «в умовах швидкого наростання темпів глобалізації роль релігійного чинника у житті українсь-

кого соціуму зростатиме. Передбачається, що найближчим часом (у середньостроковій перспективі до 10-ти років) він стане надійним фундаментом загальнонаціональної консолідації (не лише духовної, а й політичної, економічної, територіальної тощо), важливою сполучною ланкою між Україною і Європейським Союзом, засобом збереження власної культурної ідентичності під натиском уніфікованої масової культури» (*Здіорук, 2005: 7*).

У зв'язку з цим варто підкреслити, що релігійність, звичайно, може сприяти подоланню корупції, аморальності, ксенофобії, відсутності солідаристських практик, якщо моральні приписи, заповіді, що містяться, практично, в усіх релігійних системах, інтеріоризовані індивідом і визначають мотивацію його поведінки. Але чи такою є релігійність українського суспільства? Як свідчать соціологічні дослідження – це далеко не так. Переважна більшість респондентів, що заявляють про свою православність, просто демонструють свою культурно-цивілізаційну ідентичність, конформізм і в найліпшому разі – рух у бік оволодіння релігійними цінностями. Більшість віруючих обмежуються дотриманням християнських ритуалів, віддаючи данину традиції: пасхальні яйця, свічки, іконки, освячені офіси та автомобілі тощо. За таких обставин виконати настільки непосильні та непомірні функції не зможе ані вся сукупність конфесій, ані тим паче якась окрема.

Надії на православ'я та «церковний народ» підкріплюються відомим соціологічним парадоксом, коли респондентів, які заявили про свою релігійність, як в Україні, так і в Росії виявилось менше, ніж тих, хто ідентифікував себе як «православні». Православність у даному разі виступає як цивілізаційна, соціокультурна ідентичність. Інша причина – це високі показники (як в Україні, так і в Росії) релігійності та православності за самопрезентацією, що викликає низку обґрунтованих запитань: який характер цієї релігійності; чи відповідає заявлена ідентичність тому, що мається на увазі під християнською і православною релігійністю, які суб'єкти та групи втілюють православну релігійність і можуть розглядатися як агенти впливу в цій ешелонованій системі тощо. Прикладом можуть слугувати дані

щорічного соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України, які демонструють, що понад 80,0% громадян не просто вважають себе релігійними або віруючими, а й ідентифікують себе з тією чи іншою релігійною конфесією. Так, нерелігійними визнали себе у 2002 році тільки 12,7% респондентів, у 2003-му – 15,4%, у 2004-му – 16,7%, у 2005-му – 14,8%, у 2006-му – 12,6%, у 2007-му – 11,2%, у 2008-му – 12,8%. Що стосується конфесійної ідентичності, то до православ'я віднесли себе у 2002 – 74,9% опитаних, у 2003-му – 72,9%, у 2004-му – 73,5%, у 2005-му – 72,2%, у 2006-му – 76,3%, у 2007-му – 72,8%, у 2008-му – 77,6%. Результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження, проведеного Інститутом соціології НАН України в межах загальноєвропейського моніторингового проекту Європейське соціальне дослідження (ESS), в якому беруть участь понад 20 держав Європи, показують, що до певної релігії чи віросповідання 2005 року відносять себе 74,7% респондентів, а до православної церкви (це більш конкретна ідентичність, ніж звичайна православна) 2005 року – 60,0%, а 2007-го – 56,1%.

У цілому високі соціологічні показники релігійності населення пояснюються тим, що за умов малорезультативної модернізації, яка втягнула країну в довготривалу кризу, корупцію, серію урядових скандалів і як наслідок спричиняється до соціальної апатії, негативізму, розчарування, релігія актуалізується з усією повнотою своїх функцій. Феномен релігійного відродження визнається більшістю дослідників, про це свідчить як статистична, так і соціологічна інформація. Релігія виконує роль своєрідного соціального амортизатора: допомагає подолати наслідки соціальних катастроф і життєвих криз, подолати самотність і відчуження, знайти сенс життя і онтологічну повноту картини світу. Релігія несе моральні норми та зразки соціальної поведінки, на протидію дезінтеграційним тенденціям пропонує інтеграцію, солідарність і гуманізм.

Індивід, загублений у складній структурі диспозицій, відчуває труднощі у пошуку «своїх», тому шукає чітко окреслену групу, яка б гарантувала йому солідаристську практику. При цьому релігійна практика з її моральними цінностями

ми переводить ресурс ідентичності у площину реальної поведінки, бо релігійні комплекси містять у собі наказові й латентні правила, інтерпретації та оцінки життєвих ситуацій. Масове звернення населення до релігії пов'язане з тим, що релігійне співіснування часто виражає себе метафорою сім'ї з її неформальними зв'язками довіри, захисту, підтримки. Християнство виникло як релігія бідних та знедолених, і в ньому добре сформована компенсаторна функція, яка забезпечує психотерапію.

Релігійність можна осмислити як певний душевно-духовний стан, спосіб існування у світі, бо для релігійної людини Бог є такий, що реально існує, незмінний, особистісний ідеал істини, добра та краси, кінцева мета духовних прагнень людини. Особливий характер усього устрою душі та поведінки віруючого, що випливає з релігійної віри, втілюється у прагненні дотримуватися заповітів певної релігії. Релігійність, безумовно, є проявом духовності, бо сама готовність до покаяння, готовність зіставляти себе, свою поведінку з певним вищим ідеалом, з абсолютною моральною нормою, яка існує в образі Бога, – ця готовність є вже мірою зрілості людини як моральної істоти, мірою засвоєння нею моральних норм. Розкриваючи себе ідеалові, в існування якого вона вірить, релігійна людина бере на себе відповідальність за власне зростання. Готовність до каяття чи іншого релігійного акту неможливо простежити раціонально.

Релігійна людина приймає для себе специфічний спосіб буття у світі, і, незважаючи на значне різноманіття історико-релігійних форм, цей спосіб завжди можна впізнати. Незалежно від історичного контексту, в якому перебуває релігійна людина, і незалежно від типу її релігійності вона завжди вірить, що існує абсолютна реальність, що життя має свої священні витoki. Релігійний підхід до осмислення дійсності породжує впевненість у тому, що саме вища реальність, Бог, наповнює людське життя сенсом, духовністю. Один із корінних пунктів християнства – євангельське звернення, що закликає: «Отже, будьте досконалі, як досконалий Отець ваш небесний» (Мф. 5: 48), ставить перед людиною абсолютний ідеал довершеності, мету особистого самовдосконалення. Людина призначена для того, щоб втілитися в

якості Людини. Дослідники, особливо релігійні, схильні розглядати релігійний вимір як невіддільну частину метафізичного самовизначення людини. З цих позицій вирішальну роль у виникненні релігійної віри відіграє творча діяльність духу – шукання досконалості, пошук підвалин людського буття і абсолютних цінностей. Занурення самої людини у глибини духовного життя може привести її до визнання існування Духу як джерела будь-якої духовності, а значить, до релігії та віри. Релігійність стає своєрідною «відповіддю» всієї особи на певну екзистенційну ситуацію.

Спектр детермінант релігійності, виведених дослідниками, досить розмаїтий. Ось тільки деякі з них: релігія допомагає людям знайти сенс життя, а також дає їм можливість відчувати, що вони можуть управляти життям, задовольняючи когнітивні потреби; захищає від тривоги; блокує страх смерті й невідомості; дає змогу позбутися стресу у важких ситуаціях; сприяє подоланню своїх внутрішніх вад і слабкостей. На наш погляд, зазначені джерела релігійності справді відіграють серйозну роль у її формуванні й актуалізації. Спинімося на них докладніше.

Значення релігії особливо велике у зв'язку з її здатністю надати сенс життю. Конкретна концепція сенсу життя виступає як світорозуміння, яке визначає загальне ставлення людини до природи, інших людей, самої себе. Вона належить до установок найвищого рівня, визначаючи всю сукупність ідей, уявлень, думок, оцінок, а також основні способи дій у різноманітних сферах. Потреба внести в життя сенс пов'язана з бажанням осмислювати своє існування не як серію випадкових, розрізнених подій, а як цілісний процес, який має визначений напрямок, наступність і зміст. Це загальна потреба людського «Я», яка особливо загострюється за умов непевності, порушення конвенціональних норм і правил. «Якщо людина прагне завжди бачити якийсь вищий сенс буття і перед ним благоговіти і з ним співвідносити своє життя, то це означає, що ця потреба – не просто продукт якогось хворобливого стану, а нормальний стан людського роду» (Мень, 1994: 7).

Інтерес до релігії виникає як протест проти реалізації в соціумі найпримітивніших варіантів смисложиттєвого пошу-

ку, що ведуть у глухий кут, проти перетворення процесу фізичного виживання на головну, якщо не єдину, мету, утвердження себе через імператив «мати». Таким чином, релігія вможливорює знаходження сенсу життя як системи особистісних цінностей, що допомагають конституювати себе як цілісність, будучи, водночас, регулятором поведінки, орієнтиром людської активності. Релігійний підхід до розуміння світу породжує впевненість у тому, що саме вища реальність – Бог – наповнює людське життя сенсом, одухотворює його. На думку В.Франкла, релігія, заповнюючи екзистенційний вакуум, формує метасмисли, пропонуючи одержати їх із рук геніїв людяності – фундаторів світових релігій. Як логотерапевт він переконаний, що «релігію, відповідно до її вихідної спрямованості, мало хвилюють і турбують такі речі, як видужування або попередження хвороб, проте, за своїми результатами – не навмисне – вона здійснює психогігієнічну, навіть психотерапевтичну дію. Це відбувається завдяки тому, що вона дає людині безпрецедентну можливість зміцнитися, утвердитися в трансцендентному, в абсолютному» (*Релігія і общество*, 1996: 376).

Що стосується когнітивних потреб, то вони, звичайно, можуть бути основою релігійності. Людина як будь-яка жива система, базовою потребою якої є прагнення бути зорієнтованою в середовищі життя, не може почуватися комфортно без визначеної картини світу, але знаходження наукової та філософської картини світу вимагає розвиненого інтелекту і здатності до абстрактного мислення, а вони в людській популяції не мають атрибутивного загального характеру. Релігійна ж картина світу, не вимагаючи зазначених властивостей людської свідомості, більш доступна, конкретна і легка у засвоєнні з огляду на її образність, ось чому вона здатна внести у людське життя узгодженість, упорядкованість, цілісність, визначити місце людини у світі. Різниця між релігією і наукою полягає й у тому, що в цілому наука виконує інструментально-підготовчу функцію, а в моральній сфері надає інформацію про засоби досягнення цілей, але нічого не говорить про критерії вибору самої цілі.

Говорячи про тривогу як джерело релігійності, дослідники підкреслюють поширеність відчуття того, що події, з

якими стикається людина, лежать поза діапазоном застосування її конструктивної системи (Келі), наголошують відсутність у неї адекватних конструктів, за допомоги яких можна інтерпретувати події власного життя, неможливість його прогнозувати. Висока тривога є показником того, що людині не вдається досить безболісно подолати стрес, і її психологічні ресурси вичерпуються. З.Фройд згадає три види тривоги, а саме: страх перед дійсністю, моральна тривога і невротична тривога. Релігія спроможна дати сильне відчуття захищеності й упевненості в майбутньому, тому вона особливо приваблива для людей, які прагнуть стабільності в мінливому світі. Для релігійного індивіда зрозуміло, яким чином долається почуття провини: це щире і глибоке каяття, бажання жити у згоді з моральними розпорядженнями суворого, але люблячого і милостивого Бога.

Щодо такого джерела релігійності, як життєві стреси, то, безумовно, певні періоди життя індивіда, його події стають приводом для звернення до релігії. Звичайно їх називають життєвими кризами, вважають переломними, у філософії екзистенціалізму є категорія, яка глибоко виражає суть пережитого – «погранична ситуація», тобто стояння на межі двох світів, трансцендентного і реального. Релігія черпає сили у почутті самотності людини у світі – почутті, яке Всесвіт здатний вселити.

Найбільш раннім достовірно зафіксованим проявом людської культури, є неандертальські поховання 200-тисячолітньої давнини. Вони свідчать про те, що усвідомлення своєї смертності лежить у самому підґрунті людяності. Неминучість смерті – це єдина однозначно передбачувана подія кожного людського життя, засновок його трагізму. Релігію можна розглядати як спробу катарсичного подолання трагічного начала людського буття, включення в інший трансцендентальний вимір. Оскільки смерть як природне явище органічно властива світові, є квінтесенцією небезпек, прихованих у навколишньому середовищі, то потреба в релігії, яка найбільш чітко і послідовно розв'язує основне екзистенційне питання, виявилася в історії дуже рано.

Екстраполюючи на потойбічний світ основні складові людського буття, релігія дає позитивну відповідь на «екзи-

стенційний виклик», перетворюючи смерть із кінця на початок, «кидок у вічність». У цьому сенсі значення релігійності важко переоцінити. Вона здатна потужно перебороти відчуття безглуздості, безвихідності, зробити фундаментальний вплив на реальні життєві установки. Жодні дії сучасної цивілізації нездатні звільнити людину від проблем, породжуваних хворобами, старістю, смертю, хоча західний світ прагне витіснити їх зі сфери свідомості – відбувається своєрідна «ізоляція переживань», культового значення набувають молодість, здоров'я, краса, секс.

Смерть, страх перед власною смертю і втратою близьких провокують знаходження релігійності, стають свого роду пусковим механізмом прямування до Бога, до трансцендентного, у надії знайти спокій і впевненість. Християнство у цьому розумінні є релігійною традицією, в якій психотерапія, пов'язана з ситуацією смерті, відпрацьована у деталях. У культурі, де домінувало християнство (наприклад, Середньовіччя), смерть не протистояла життю, а була її природним продовженням, а от секс був табуованим. Натомість, починаючи з ХХ століття табуованню підлягає смерть, а секс вводить у культурний простір. Ось чому зіткнувшись зі смертю і виявившись зовсім неготовою до переживання трагедії людського існування, сучасна людина звертається до рятівної, психотерапевтичної сутності релігії та релігійного ритуалу.

Ритуальна практика поховання має практично повсякденний характер, вона присутня у всіх культурах та релігійних традиціях, і особливо у традиційних релігіях, що існують тисячоліттями. Навіть за умов існування в атеїстичній державі число тих, хто бере участь у ритуалі поховання, було досить високим. Факт зменшення стресу і подолання невротизації у таких ситуаціях змушує позитивно ставитися до релігії навіть невіруючих людей.

Підвищує психологічну стабільність практично будь-який ритуал. Так, в обряді хрещення дитини батьки одержують ніби додаткові гарантії опіки над нею з боку вищих сил, прилучають її до співтовариства віруючих. Сповідь і відпущення гріхів, навіть якщо це супроводжується накладеним покаранням, дає надію на можливість почати нове

моральне життя, забезпечуючи індивіда зрозумілою інструкцією, як потрібно поводитись у тій чи іншій життєвій ситуації. Надзвичайно великий психологічний вплив літургії, яка підносить людину над повсякденністю, вносячи високі сенси в її життя і надію на безсмертя, дає відчуття єдності та спільності з іншими людьми. Деякі дослідники у своїх емпіричних дослідженнях відзначають, що релігійні люди не бояться смерті, вважаючи її цілком природною і значущою подією. Для релігійних людей смерть не є кінцем життя, а є радше переходом в інший світ.

Специфіка православної релігійності

Треба підкреслити особливе місце православ'я у релігійному житті України, яке також визначається низкою чинників. Один із них – непорушний зв'язок православ'я з історією українського і російського народу, становленням їхньої національної самосвідомості й духовності. Київська Русь, охрещена Володимиром, продемонструвала світові піднесення старослов'янської писемності, освіти, науки, мистецтва, ремесел, містобудування з його архітектурними шедеврами. Відстоюючи православ'я у запеклій боротьбі з татарами та іншими ворогами, наші предки надихалися його цінностями, які втілилися, наприклад, у духовних подвигах Києво-Печерських святих або в богословській освіченості кінця XVII – початку XVIII століття. Для багатьох, навіть зовсім далеких від релігії людей, віднесення себе до православ'я виступає засобом маркування своєї етнічної, культурної й конфесійної ідентичності. Ось чому в часи української незалежності, коли державний атеїзм було скасовано, особистий інтерес до православ'я, прагнення набути релігійності відзначали дуже багато громадян України, які назвали себе віруючими і православними (близько 35 млн осіб). Православ'я – традиційна релігія українців, а традиційну релігійність зазвичай успадковують разом із культурою, в якій народився і проживає індивід, набувають у процесі сімейної соціалізації як таку, що пов'язана з відповідною конфесією. При цьому не передбачаються віросповідальна конкретність і повнота, визнання відповідної релігійної догматики. Релігійна ідентичність у такому разі не потребує самостійного, творчого

підходу, її можна цілком засвоїти в готовому вигляді, здобуваючи всі переваги набуття релігійної ідентичності – відчуття належності до групи, соціальне схвалення, солідарність, психічну стабільність в ситуаціях екзистенційної кризи. Таким чином, саме православ'я як цілком визначена конфесійна система і культурне поле домінує в Україні. Багатьох людей вона повертає до рідного історичного наступності й етнічної ідентичності.

Отже, необхідно, хоча б у загальних рисах, змалювати специфіку православної релігійності. Окрім цього, ми вважаємо, що субкультура «воцерковлених» у православ'ї втілює цей тип релігійності, є її носієм, а значить дослідницьке завдання потребує чіткої відповіді на запитання, що є православ'я і чим воно відрізняється від інших християнських традицій. Зазначимо насамперед, що ортодоксальне православ'я пишається тим, що пронесло крізь століття незмінними, непошкодженими вченням й обрядовістю, що воно віддане святоотецькій традиції, в ім'я якої у минулі століття православні святі й мученики втратили багато крові. Питання про те, що таке православ'я за своєю суттю не має догматичної відповіді. Православна доктрина, за поширеною думкою, є збереженням різних догматичних формул, символів, що не мають раціонального обґрунтування, а лише схоластичну оболонку. Для православ'я християнство є не вченням, а життям утаємниченого спілкування з Богом, тому в ньому переважають благодаті, які супроводжують людське існування.

Православна церква надає широкий простір для роздумів і переживань, але її символічне вчення має масштаб і межі, з якими слід співвідносити свої релігійні міркування, аби уникнути розбіжностей із догматами й ученням церкви. Православ'я не забороняє читати Біблію, але визнає за необхідне керуватися тлумаченням отців церкви, не відкидаючи розуміння Слова Божого на власний розсуд, як це заведено у протестантів. Православ'я не виводить нових догматів зі стародавнього вчення церкви шляхом розумових висновків, як це роблять католики, а саме: не поділяє догмат «про непорочне зачаття Діви Марії», не приймає «Божу непогрішимість Папи Римського», спростовує припущення щодо існування чистилища.

У таїнствах православні вбачають не просто знаки благодаті, а саму благодать, наприклад, у євхаристії хліб і вино – це істинне тіло й істинна кров Христа. Православні моляться святим, вірять у силу своїх молитов перед Богом, шанують нетлінні останки (моці), ікони. Сила православної релігійності полягає в тому, що вона повною мірою здатна задовольняти потребу в сакральному через залучення до священних таїнств і ритуалів. Що стосується останніх, слід зауважити, значення і зміст ритуалів полягає у реальній інтерпретації трансцендентного, вони регламентують взаємини людей із сакральним, стають єдиною ланкою між сакральним і профанним, саме у ритуальній практиці закладена століттями виважена форма спілкування з Богом. У православної релігійності ритуали відіграють найважливішу роль, вони є формою втілення таїнства або його складовою. Так, символом Таємної Вечері буде таїнство причастя, і божественна літургія символічно втілює його в безпосередню дію. Можна стверджувати, що у справжній православності інтимне переживання єднання з Богом невіддільне від церковного життя, а церква постає як інститут, що готує людей до Царства Небесного. Тому зневаження ритуальною практикою засвідчує неправославну релігійність або взагалі її позаконфесійний варіант. Православна релігійність нерозривна із відчуттям себе членом православної церкви. Таїнство “причастя”, яке віруючий переживає знову і знову, забезпечує йому відчуття належності до християнського братства, сподівання на спасіння і Божу благодать. От чому у православ'ї надзвичайно важливим є культ святих, вшанування й закликання. Виславляють їхні подвиги та справи, вшановують щорічними спогадами, всенародними святкуваннями, зведенням на їхню честь храмів, а також жадають від них дивовижного зцілення і допомоги у життєвих справах. За поширення такого різновиду релігійності годі намагатися виявляти інтеріоризацію етичних цінностей християнства, благочестя не поширюється за межі церковного храму та численних культових дій. Православна релігійність не передбачала, що кожний з народжених у цій релігійній традиції, крім знання обряду й ритуалу, має розуміти його сенс і бути компетентним у богословській догматиці, що є завданням

церковної бюрократії. Це відрізняє православ'я від протестантизму, який передбачає постійне читання і вивчення Біблії, й тим паче від іудаїзму, в якому суцільна письменність євреїв поєднувалася з прагненням дати систематичну релігійну освіту.

Православна церква добре знайома зі звинуваченнями у надмірному обрядоцентризмі й доволі аргументовано пояснює його підстави та причини. Богословська православна думка забороняє надавати важливого значення інтимним релігійним переживанням, а також їх культивуванню і провокуванню, закликає до духовної вираженості шляхом дозування містичного досвіду в релігійності. Про це багато написано православними святими й подвижниками, які розуміли небезпеку релігійного досвіду для повсякденного життя, адже на тлі релігійних одкровень втрачається інтерес до соціального життя, що постає захмареним, буденним, малоцікавим. Якби такий досвід ставав масовим, це просто спаралізувало би суспільне життя. Тому православна обрядність виступає своєрідним «захисним механізмом», вона регламентує порядок, місце і тривалість спілкування із сакральним, а священнослужителів зобов'язує контролювати виконання обряду. На думку Л.Бергера, завдяки релігійному ритуалу індивід може після нього повернутися до своїх буденних справ – займатися коханням, війною, заробляти на хліб насущний без того, щоб його постійно переривали при цьому посланці іншого світу.

Православ'я знає й інший вид релігійності, втіленої у життях святих подвижників, нечисленні приклади якої ми можемо виявити у «Житіях Святих». Для них релігійність нерозривно пов'язана з інтенсивним життям, високими еталоном моральності, боротьбою із внутрішнім злом, гріховністю, і засобом цієї боротьби була аскеза. Особливе вшанування у православ'ї такої релігійності багато в чому зумовлювала її винятковість, не притаманність масам віруючих; носіями її були лише окремі особистості. Місцями, де ми виявляємо таку релігійність, були численні православні монастирі та лаври, авторитет яких був напрочуд великий, адже тут творили і молилися «релігійні віртуози». Християнська релігійність, зокрема й православна, неможлива

без чернецтва, а отже, й монастирського життя. Доволі рано була сформована думка, що в Євангелії подано два образи святості: один – для всіх, а інший полягає у добровільному прагненні до її найвищих, екстремальних виявів, а саме звільнення духу від тілесності, цілковитого зречення зла, присутнього у світі. Таким чином, можна стверджувати, що в центрі православної релігійності – культова практика, обряд, ритуал. Ступінь православної релігійності, її інтенсивності можна виміряти за таким об'єктивним критерієм, як культові практики. Решта критеріїв релігійності, таких як віра, догматична компетентність, соціальне служіння, відходять за своєю значимістю на другий план. Цікавою є відповідь на запитання про те, скільки серед громадян України, які заявили про свою релігійність, таких, що активно беруть участь у релігійних практиках.

Моніторингове дослідження Інституту соціології НАН України 2007 року надає нам відповідні дані. Поміж респондентів, які заявили про свою релігійність, лише 5,7% тих, хто визначив себе як глибоко релігійну людину і регулярно відвідує церкву (мечеть, молитовний дім), знає молитви та релігійну літературу, дотримується у житті релігійних приписів і т.ін. Натомість 37,7% респондентів обрали наступний варіант відповіді: «релігійний, послідовник конкретної релігії, час від часу відзначаю релігійні свята, іноді відвідую церкву (мечеть, молитовний дім тощо)». Розподіл за віковими групами залежно від віросповідання і релігійних переконань, наведений у таблиці 1.

Наведена інформація показує, що потреба у релігії присутня у всіх вікових групах, хоча конфесійно ідентифікованих і таких, що активно здійснюють релігійні практики, більше серед старших поколінь. Ядром більшості конфесій (за винятком ісламу і нових для України релігійних традицій) є вікова група 30–54 роки, і практично всі конфесії мають потенціал зростання та розвитку за рахунок молодих людей 18–29 років, які, створивши сім'ї, можуть забезпечити первинну релігійну соціалізацію своїх дітей.

Оскільки православну воцерковлену релігійність характеризує наявність обов'язкових релігійних практик (молитви, пости, відвідування церковних служб, сповідь, при-

Таблиця 1

Релігійна ідентифікація за віковими групами населення України, 2007
(*N* = 1800, %)

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>18–29 років</i>	<i>30–54 років</i>	<i>55 років і старші</i>	<i>В цілому</i>
Не релігійні	11,9	11,5	10,4	11,2
Православ'я	69,8	73,7	75,3	73,3
Греко-католицизм	6,8	6,8	6,9	6,8
Протестантизм	1,2	0,9	1,0	1,0
Іслам	0,2	0,1	0,3	0,2
Послідовники східних релігійних традицій (кришнаїти, буддисти та ін.)	0,2	0,3	0	0,2
Послідовники нових для України релігійних традицій (харизматичні церкви, РУН-віра, Церква Христа та ін.)	0,7	0	0,9	0,4
Римо-католицизм	0,2	0,4	0,3	0,3
Інше	0,7	0,8	0,5	0,7
Важко відповісти	8,2	5,6	4,3	5,8

Таблиця 2

Релігійні переконання за віковими групами населення України, 2007
(*N* = 1800, %)

<i>Варіанти відповіді</i>	<i>18–29 років</i>	<i>30–54 років</i>	<i>55 років і старші</i>	<i>В цілому</i>
Переконаний атеїст	4,7	4,2	4,3	4,3
Байдужий до релігії та церкви	18,8	17,0	14,2	16,5
Релігійний (вірю в Бога, безсмертне життя, посмертну відплату тощо), але не сповідую конкретної релігії	24,0	23,6	28,1	25,1
Релігійний, послідовник конкретної релігії, час від часу відзначаю релігійні свята, іноді відвідую церкву (мечеть, молитовний дім тощо)	34,2	39,8	37,6	37,8
Глибоко релігійний, регулярно відвідую церкву (мечеть, молитовний дім), знаю молитви та релігійну літературу, дотримуюсь в житті релігійних приписів тощо	4,7	4,6	8,0	5,7
Інше	0,9	0,5	1,0	0,8
Важко відповісти	12,8	10,4	6,8	9,8

частя), а серед віруючих 77,3% становлять православні, цікаво подивитися таблицю 3, у якій серед релігійних респондентів вирізняє групи залежно від ступеня інтенсивності релігійних практик, що мало на меті з'ясувати, для якої кількості віруючих церков є авторитетом, стрижнем життя, джерелом компенсації та психотерапії.

Таблиця 3

**Наявність і інтенсивність релігійних практик серед населення,
Омнібус-2009 (%)**

<i>Як часто Ви відвідуєте релігійні храми (церкви, костьоли, синагоги, мечеті тощо)?</i>	
1. Щоденно чи кілька разів на тиждень	1,4
2. Один раз на тиждень	8,7
3. Один чи кілька разів на місяць	13,8
4. Один чи кілька разів на рік	40,0
5. Рідше одного разу на рік	15,3
6. Зовсім не відвідую	20,8

Отримані результати, на нашу думку, свідчать про інтенсивні релігійні практики в умовах кризи і пов'язаних з нею страхів, тривоги, невизначеності, невпевненості у завтрашньому дні. Це й зрозуміло, бо практично будь-який ритуал посилює психологічну стабільність. Факт зменшення стресу і подолання невротизації змушує позитивно ставитися до релігії навіть невіруючих людей. Із таблиці 3 ми бачимо, що громадяни, які відвідують місця сакральних практик не менш як один раз на рік, становлять 63,9%. Для православного віруючого у разі, якщо людина причастилася, такі відвідування означають, що вона «не відпала від церкви». Серед респондентів надзвичайно високий процент людей, що відвідують релігійні храми щоденно, кілька разів на тиждень, один раз на тиждень – 10,1%; це група «воцерковлених», і в багатьох дослідженнях вона зазвичай тримається на рівні 5%. Соціологи релігії відносять до «напіввоцерковлених» і тих, хто відвідує храм один чи кілька разів на місяць, а такі становлять – 13,8%. Підкреслимо, що це не єдиний критерій «воцерковленості», але один із найважли-

віших. Таким чином, частка респондентів, у житті яких релігійний обряд і храм відіграють важливу роль, досягає 24,9%. Натомість громадян, які відчувають свій історичний і культурний зв'язок із православ'ям, значно більше. Так, Великдень святкують 92,8%, Різдво – 83,3%, Трійцю – 45,4%.

Результати опитування населення щодо ставлення до релігії, релігійних уявлень та релігійних практик у рамках участі України в Міжнародному соціальному проекті (ISSP) у 2009 році демонструють, що на запитання «Як часто Ви ходите до церкви?» віруючі респонденти відповіли так: постійно – 8,4%; часто – 14,2%; рідко – 57,1%; ніколи чи майже ніколи – 20,3%. На запитання «Наскільки часто Ви молитесь?» відповіді розподіляються так: «ніколи чи майже ніколи» – 23,4%; «дуже рідко» – 13,4%; «рідко» – 16,1%; «часто» – 19,2%; «дуже рідко» – 27,9%.

У дослідженні, проведеному 2000 року Українським центром економічних і політичних досліджень ім. А.Разумкова, кожен п'ятий віруючий (19,0%) відвідує служіння щотижня, кожен сьомий (15,0%) раз на місяць, а 5,0% бувають на релігійних службах навіть частіше, ніж раз на тиждень. Отже, можна констатувати, що принаймні 39,0% віруючих демонструють високий рівень релігійної активності. Основними мотивами відвідування релігійних служб є спілкування з Богом (53,0%), здійснення релігійних таїнств сповіді, причастя (27,0%), данина традиціям народу (27,0%) і власної родини (20,0%), пошук подолання душевного неспокою (20,0%), прагнення відчути полегшення (22,0%). В існування Бога вірять 98,0% віруючих, в існування душі – 82,0%, в існування гріха – 81,0%, в існування диявола – 63,0%, в існування Раю – 60,0%, у життя після смерті вірять 59,0% віруючих, у чудотворну силу святих реліквій (мощів, ікон, ладанок тощо) – 59,0%, зрештою, в існування пекла – 53,0%. Наведені дані свідчать, що більшість респондентів, які презентували себе віруючими, вірять у релігійні положення та догмати. Для віруючих-християн найважливішою виявилася молитва (73,0%). Дуже важливим є обряд посвячення у віру – хрещення (66,0%), для двох третин віруючих важливим є читання Біблії, вінчання та релігійний обряд

під час похорону (відповідно 61,0%, 60,0%, 61,0%). Більш як половина християн практикує участь у таїнствах причастя і сповіді (55,0% і 57,0%), кожен другий – пости, для 57% важливою є віра у надприродну вищу силу. Менше за половину віруючих християн вважають за необхідне відвідувати релігійні служби (48%), а належність до релігійної громади ще менш важлива (40,0%). Поряд із тим дві третини від усіх віруючих (не лише християн) знають більш як три молитви (одну – 30,0%, дві-три – 26,0%).

Субкультура «воцерковлених» у православ'ї

Незважаючи на доволі високі показники за окремими критеріями релігійності, в дослідженні того ж Центру ім. А.Разумкова 2002 року на підставі аналізу масиву даних було виокремлено не надто велику групу респондентів, які дали такі відповіді:

- 1) на запитання про релігійне самовизначення – «віруючий»;
- 2) на запитання «Чи вірите Ви у Бога?» – «так»;
- 3) на запитання «Чи вірите Ви в життя після смерті?» – «так»;
- 4) на запитання про віросповідне самовизначення – назвав віросповідання, до якого себе відносить;
- 5) на запитання про відвідування релігійних зібрань – «так», «частіше ніж раз на тиждень», «раз на тиждень», «раз на місяць»;
- 6) на запитання «Що дає людині релігійна віра?» – «сєнс життя», «примирення зі смертю», «спасіння душі і шлях до вічного життя», «допомагає відчутти зв'язок з надприродним».

Такі респонденти становлять лишень 1,7% (34 особи з 2000), і тільки їх можна визнати власне віруючими людьми. Отже, на 60,2% самоідентифікованих українських віруючих припадає 1,7% віруючих, чиї декларації релігійності підтверджуються послідовними релігійними переконаннями і відповідно поведінкою (*Національна безпека*, 2002: 21).

Не заглиблюючись в одну з найбільш дискусійних проблем соціології релігії – вимірювання релігійності, її критеріїв, зауважимо, що, на наш погляд, йдеться про особливу групу віруючих, яку називають «воцерковленими», тобто

такими, що інтенсивно практикують церковне життя, яке є домінантою їхньої духовності. У православній культурі вони утворюють особливу субкультуру.

Воцерковлення – це добровільне визнання людиною впливу церкви через засвоєння встановленого нею способу життя та способу мислення. Саме спосіб життя є провідником сталого впливу церкви на людину. Воцерковленість – це обжитість у церкві, знання її статуту, обрядів, звичаїв, повсякденного її буття, відчуття себе у цій сфері своїм, регулярність пов'язаної з цими установками поведінки. В Україні соціологічних досліджень, присвячених воцерковленості, не було на відміну від російської соціології релігії. В середині 1990-х років В.Чесноковою була розроблена методика розрахунку індексу воцерковленості (В-індексу) для православних віруючих на підставі п'яти показників релігійного способу життя (відвідування храму, сповідь та причастя, читання Євангелія, молитва, піст). Методика була неодноразово апробована в дослідженні ФГД та ІСПД РАН. За допомоги цієї методики російські соціологи відстежують динаміку процесів воцерковлення впродовж останніх 15 років (дослідження ФГД 1992 та 2000 років, а також відділу соціології політики та суспільної думки ІСПД РАН 2004 року).

Перша і дуже важлива змінна – це частота відвідування храму, яка є передумовою деяких інших елементів способу життя, вважає В.Чеснокова. Як часто християнин повинен відвідувати храм? У принципі, кожен неділю та на всі великі свята. Цей принцип іде з давніх-давен, і, згідно з апостольським правилом, людина, яка не відвідала без поважної причини три недільні Богослужіння поспіль, вважається такою, що відпала від церковної громади. Апостольські правила ніхто не скасовував, але сучасна людина має силу-силенну поважних причин, що заважають їй піти до храму та відстояти там службу. І духовенство ставиться до цього поблажливо, особливо в разі нових членів Церкви. З огляду на це, вимірюючи частоту відвідування храму, вершиною шкали можна вважати інтенсивність відвідування не менш як раз на місяць.

Друга змінна, також дуже важлива, оскільки є, так би мовити «серцевиною» церковного життя людини, – це сповідь та причастя. Її також визначають за частотою. У старо-

давній церкві причащалися всі, хто був присутнім на літургії. У IV столітті, коли православ'я набуло статусу державної релігії, до храмів подалися маси людей, вельми далеких від релігійності, і тоді були встановлені правила підготування для тих, хто має намір причаститися. Все це призвело до того, що усталилася традиція вельми рідко причащатися. У XVIII–XIX століттях у Росії вважалося навіть неблагочинним приступати до Святих Дарів частіше, ніж раз на рік. Ніякого канонічного підґрунтя у цієї традиції немає. Починаючи з кінця XIX століття, вона зазнала активної критики з боку духовенства та російських богословів. Але і досі є ті, хто цю традицію практикують та підтримують. Правда, їх не так і багато. Отже, причастя кілька разів на рік свідчить про воцерковленість чи напіввоцерковленість людини.

Третьою змінною буде регулярність читання Євангелія. В ідеалі, православна людина повинна читати Євангеліє кожного дня. У православних виданнях Євангеліє розділене на «зачала», тобто уривки, що містять кілька віршів кожен. Це те, що читають у храмі за кожного Богослужіння. Впродовж року на літургіях та всенощних за цими «зачалами» прочитується весь текст Євангелія. Деякі «зачала» прочитуються по декілька разів. Оскільки православний, навіть найбільш благочестивий, як правило, не може бути у храмі кожного дня, бажано, щоб він удома прочитував те, що пропонує церква на цей день, думав над цим, намагався застосувати до свого життя. Таким чином, християнин не читає Євангеліє як мирську книгу, від початку до кінця за раз або в кілька прийомів.

Четверта змінна – молитва. Це одне з найскладніших діянь, як свідчать святі подвижники. Молитва завжди вимагає зусилля, особливо кожен раз, щоб її розпочати. Тому новонаверненому складно звикнути до неї. Чимало з тих, що називають себе православними, взагалі не моляться; інші моляться подеколи «своїми молитвами». Церковних молитов, яких дуже багато, просто не знають.

Остання змінна – дотримання постів, встановлених православною церквою. Для новонаверненої людини при звичаєння до посту, що регулярно повторюється, виявляється непрос-

тою справою. Це не тільки обмеження себе, а й часто звикання до продуктів, яких раніше людина загалом не вживала або ставилася до них зневажливо. Це ще й уміння такими новими для себе продуктами користатися, готувати з них смачну їжу. Відомо, як важко дати собі раду зі звичками у їжі та смаковими схильностями. Тому і звикання не так до постійного утримання, як саме до постів триває і складно, і довго. У Руській Православній Церкві встановлено чотири головні пости: Великий (найсуворіший), Петровський, Успенський (найкоротший, але також достатньо суворий) та Різдвяний. Упродовж Петровського та Різдвяного постів дозволяється вживання риби, у решті випадків – ні. В процесі звикання до постів дехто призначає собі один якийсь піст і дотримується його, інші ж не дотримуються.

Таким чином, на думку В.Чеснокової, досягнення високого показника хоча б за однією характеристикою православного способу життя – це вже велика перемога для людини, що вирішила перетворювати своє мислення та свій спосіб життя за християнськими заповідями. І ця рішучість виконувати церковні канони може бути головним показником воцерковленості. Інше залежить від умов та обставин, які будуть долатися саме силою цієї рішучості. Вимагати, щоб кожен православний виконував всі приписані у церковному способі життя канони, – це підхід нереальний. І самі священники цього не вимагають. Спосіб життя православної людини – це не воїнський статут, який всі зобов'язані виконувати одноманітно, а творчий конструкт, «прилаштований» до обставин життя індивідуальної людини, що перебуває на певному етапі свого релігійного розвитку. Можна, звичайно, вирізнити ще глибше воцерковлену групу, якщо відбирати до неї тільки тих, хто вийшов на вищу позицію, скажімо, за двома чи трьома змінними, але тоді ми отримаємо парадоксальні результати, такі, як група в 1,7%, виокремлена у дослідженнях Українського центру економічних і політичних досліджень ім. А. Разумкова.

Звертаючись до дослідження, проведеного ІСПД РАН 2004 року, за усім масивом «воцерковлені» (В) становили 9%, «напіввоцерковлені» (НВ) – 20%, «початківці» (П) – 13%, «невоцерковлені» (НВ) – 22%, нульова група (0) – 2%.

Групи «воцерковлених» та «напіввоцерковлених», на думку В.Чеснокової, становлять на сьогодні ту частину з тих, хто визначив себе як православного, яку можна назвати «церковним народом», тобто такими, що реально практикують, православними. Такого церковного народу серед православних – 29%.

Якщо розглядати критерії воцерковленості, то в дослідженні 2004 року серед православних систематично відвідують храм близько 40%; раз на рік – 14,6%; дуже рідко, не кожного року – 34,5%; ніколи не були у храмі – 9,1%. Сповідуються та причащаються щомісячно та частіше 2,3% опитаних; кілька разів на рік – 4,6%; раз на рік обов'язково – 8,8%; рідко (раз на кілька років) – 25,4%; ніколи не сповідувались та не причащалися – 54,5%. Всього сповідуються та причащаються 16% православних. З Євангелієм знайомі 57,5%, але регулярно читають – 10%, не читали – 38,8%. Звертаються до церковних молитов – 27%, 49% – застосовуючи свої молитви. Дотримуються постів 32% православних.

Таким чином, реальний зв'язок із православною церквою можна виявити у 40% усіх православних за таким критерієм, як відвідування храму, та приблизно у третини – за рештою показників рівня воцерковленості. Із п'яти показників воцерковленого способу життя православні більшою мірою віддають перевагу відвідуванню храму та молитві. Дедалі більше православних моляться церковними молитвами. Найменш значимими показниками залишаються сповідь та причастя. В цілому порівняльний аналіз даних багаторічних досліджень ФГД демонструє, що найактивніше процес воцерковлення втілюється в засвоєнні православними церковної молитви – різко знизилася кількість тих, що не моляться. Зростає регулярне відвідування храму, зокрема зросла кількість православних, що відвідують його кілька раз на рік або щорічно. Частка тих, що відвідують храм щомісячно та частіше, залишилися практично на попередньому рівні. Змінилася ситуація і з читанням Євангелія – знижується частка таких, що ніколи його не читали, помітно зросла питома вага тих, що читають його регулярно. Інакша картина щодо регулярності причащення – частка тих, що регулярно причащаються, залишається відносно

стабільною. Навряд чи можна говорити про значні зрушення у воцерковленні, радше – про повільне опанування різноманітних аспектів церковного способу життя. Причому одні його риси засвоюються легше та вимагають менше часу на призвичаєння, інші пов'язані із складнішим подоланням звичок доцерковного способу життя.

Дослідження 2004 року показує, що «воцерковлені» православні (група з найсильнішими показниками за В-індексом) за соціально-демографічними характеристиками є однією з найбільш жіночих, найбільш літніх (57% старіші за 50 років) та найбільш освічених серед усіх типологічних груп. Поряд з тим «воцерковлені» – міська група. Тут найбільша частка осіб із вищою освітою, але й дуже багато людей із неповною середньою освітою. У групі «воцерковлених» 94% опитаних вірять у Бога, 71% вірять у безсмертя душі, 73% ходять у храм раз на місяць і частіше, 53% причащаються. Утім, ніколи не причащалися 26%. З іншого боку, серед тих воцерковлених, що не причащаються, 38% становлять чоловіки, істотно вищим є процент осіб віком від 39 до 49 років. За структурою зайнятості тут відносно велика частка службовців. Можна припустити, що ці вікові групи більше за інших завантажені роботою та побутом.

Досить регулярно читають Євангеліє близько 60% «воцерковлених». Моляться церковними молитвами 72%, із них 18% – щоденно. Із Символом віри знайомі більш як половина «воцерковлених», із них 16% знають його напам'ять. Дотримуються постів 77% групи, із них близько третини постяться ретельно. Добре розуміють церковно-слов'янську мову і можуть читати 33% воцерковлених, ще 8% хотіли б її вивчити. Біблію мають 85%, майже половина – Молитвослов, третина – ще і Псалтир, акафісти й канони. Більш ніж у третини респондентів групи є література з історії Церкви, життя святих, у 27% – філософсько-богословська література, у 9% – аскетична література. Так виглядають «воцерковлені» у дзеркалі емпіричної соціології (*Синелина, 2006: 89–93*).

Визначаючи «воцерковлених» у просторі православної культури, слід пам'ятати, що у широкому сенсі під субкультурою ми розуміємо часткову підсистему «офіційної» культу-

ри, яка визначає стиль життя, ціннісну ієрархію та менталітет її носіїв. Тобто це підкультура або культура в культурі. Субкультура – це насамперед система норм і цінностей, якими певна група відрізняється від більшості суспільства. Це те, що формується під впливом таких чинників, як вік, етнічне походження, релігія, соціальна група або місце проживання. Дотримання цінностей субкультури не означає відмови від базової (національної) культури, визнаною більшістю, радше тільки деякі відхилення від неї. Таким чином, субкультура є системою цінностей, установок, спосіб поведінки і життєвих стилів відповідної соціальної групи, яка відрізняється від панівної, але породжена нею і зазвичай невіддільно з нею пов'язана.

Для розуміння тієї чи іншої субкультури важливо використовувати поняття соціальної групи як носія субкультури. У нашому контексті її слід розуміти в широкому сенсі, тобто як велику групу людей, об'єднаних світоглядом, цінностями, потребами, способом життя, а також мовою, особливою манерою поведінки, одягом, звичаями. Первинною організаційною ланкою культових об'єднань у християнстві є церковна парафія, релігійна община, гуртки, килки, келії для монахів тощо. В будь-якому з них є чимало різноманітних засад для встановлення стійких особистих контактів: ставлення до релігійних норм поведінки, ставлення до «християнського ідеалу» особистості, ставлення до цілей і завдань релігійного співтовариства. Такі групи (які ми й називаємо «воцерковленими», бо для їх членів церковне життя є епіцентром усього особистісного існування) включають віруючих, пов'язаних між собою спільністю переконань, взаємною прихильністю і залежністю. Група «воцерковлених» при цьому може збігатися з первинною культовою групою, як це нерідко відбувається у протестантських організаціях і новітніх релігійних рухах, а може й бути його ядром, частиною, як у православних громадах. Характерною особливістю групи «воцерковлених» є переважання неформальних зв'язків і відносин, які породжують численні внутрішньогрупові соціально-психологічні явища.

Групи «воцерковлених» у православ'ї можуть бути віднесені до неформальних груп. Відомо, що неформальні групи

існують як додаток до формальних організацій або виникають зовсім незалежно від них. Групи «воцерковлених», будучи різновидом неформальних, виникають як стихійні об'єднання віруючих і не мають суто фіксованих цілей і завдань, статусів, прав і обов'язків членів такої спільноти та інших атрибутів формальної групи. Внутрішня структура і норми взаємовідносин у таких групах складаються в процесі їхнього функціонування і не є привнесеними у групу ззовні, а визначаються особистими якостями членів групи. Для неформальної групи характерні стихійно утворювані стосунки між її членами, на відміну від сконструйованих на раціональних засадах відносин, які притаманні формальній групі. Ці стосунки відрізняються більшою близькістю та емоційністю. Неформальна група, порівняно з формальною з її жорсткою структурою, вирізняється більшими можливостями для саморегулювання, позаяк у разі зміни умов вона швидше перетворює структуру ролей, що склалися, позицій і групових очікувань. Крім того, тут немає чітко фіксованої і ззовні визначеної системи цілей і завдань, натомість група виконує такі завдання, які вважає за «свої».

Неформальні групи в науковій літературі нерідко розглядаються як соціально-психологічні, члени яких перебувають у позитивних міжособистісних відносинах, які формуються на ґрунті спільності поглядів, норм і цінностей. Виокремлення взаємних симпатій між членами групи «воцерковлених» як головної ознаки не є, на наш погляд, адекватним специфіці цієї спільноти. Неформальні групи в конфесійних спільнотах виникають на підставі спільності ставлення до релігійних догматів як вищих цінностей і на ґрунті єдиних уявлень щодо релігійних норм поведінки. Це супроводжується проявами взаємних симпатій або антипатій, але не становить ані головну, ані вторинну ознаки неформальної групи. Субкультура «воцерковлених», виникаючи і функціонуючи в межах конфесійної спільноти, водночас має відносну самостійність. Вона відрізняється більшою емоційно-психологічною згуртованістю, наявністю свого особистого центру об'єднання, в якому може бути лідер групи, місце зборів її членів, групові норми та цінності.

У психологічному аспекті автономія спричиняє до формування у членів групи «воцерковлених» відчуття належ-

ності саме до цієї субкультури й разом із тим відчуття протиставлення себе іншим, не стільки конкретним індивідам і спільнотам, скільки взагалі всім, хто не є членом даної субкультури. Інтеграція як одна з головних ознак субкультурної групи відбивається в ідентифікації її членами групових поглядів, норм і цінностей з індивідуальними поглядами, нормами і цінностями. Інтеграція «воцерковлених» значною мірою залежить від того, наскільки групові релігійні погляди і норми перетворилися в регульовальні принципи та правила індивідуальної поведінки її членів. Відчуття спільності членів групи «воцерковлених» уніфікує поведінку її членів, породжуючи схожі спонукання і поведінкові акти, що дає змогу їй виступати стосовно інших як єдине ціле. Інтеграції сприяє й те, що «воцерковлені» у конфесійній спільноті є групою, в якій циркулює релігійна інформація, що сприяє закріпленню норм, цінностей і загально визнаних поведінкових зразків.

У зв'язку з тим, що в групі «воцерковлених» домінують відносини та взаємодія, ґрунтовані на особистому знайомстві віруючих, на відміну від взаємодії в культовій спільноті більш високого рівня, де вони мають безособистісний, анонімний характер, чільне місце посідає груповий контроль за поведінкою членів такої групи. Постійність і безпосередність контактів сприяють тому, що кожний член групи має уявлення про можливі реакції та соціально-психологічні санкції, які можуть через це виникнути з боку групи у разі відхилення від групових норм. Груповий контроль слугує збереженню внутрішньої рівноваги групи і забезпеченню її функціонування як єдиного цілого.

Характерною ознакою світосприйняття «воцерковлених» є різноманітні види православного фундаменталізму. Психологи вважають, що фундаменталізм є установкою на певну основну ідею або головну цінність, яка береться під повномасштабний захист. З цієї точки зору, «православ'я фундаменталістичне», за визначенням, воно спирається на богословські догми і засади віри та захищає їх, виявляючи нетолерантність і радикалізм. Саме ці особливості світосприйняття характеризують субкультуру «воцерковлених», на відміну від православної культури в цілому. «Воцерков-

лені» – це своєрідні «ревнителі благочестя» і не тільки обрядового. Засадами цього є деяка церковно-політична програма, складові якої: безкомпромісний антиєкуменізм, що блокує всі форми релігійного діалогу, критика постмодерну та всіх його проявів, пов'язаних із сучасними формами соціального життя – правами людини, демократією, правовою державою, ринковою економікою. На цьому ґрунті розвиваються гострі форми антилібералізму, антиіндивідуалізму, критики західної культури. Відмовляючись від діалогу і войовничо захищаючи цінності, які не притаманні соціуму, субкультура «воцерковлених» маргіналізується. Вона стає прихистком людей із певним типом психіки. Психологи стверджують, що людина звертається до своїх коренів і першооснов за умов, коли найбільш інтенсивно переживає дегуманізацію власного життєвого світу, неможливість адаптуватися до напруженої соціодинаміки, знайти гармонію різноманітних начал. Люди не витримують непевності, й багато хто шукає порятунку у вірі, коли несталість буття стає нестерпною. Вони рятуються, зокрема, від економічної невизначеності реального світу, що їх оточує, у світі релігії, який обіцяє їм порятунок у разі, якщо вони дотримуватимуться запропонованих правил.

Будь-яка ортодоксальна релігія, у тому числі й православна, знаходить найбільший відгук серед людей, яким не притаманно самостійно мислити, аналізувати, творчо розв'язувати проблеми, що виникають. Вона пропонує готову модель життєвої поведінки, гарантує досягнення релігійних цілей, залучення до сакральних цінностей шляхом дотримання ритуалу, «веде» віруючого. Послаблює вплив православної релігійності на поведінку віруючих відсутність регламентованості й нормативності повсякденного життя. У ньому не існує єдиних, загальноприйнятих норм добродійності, підтримки ближніх, відносин між багатими й бідними. «Воцерковленість» – один зі шляхів подолання цієї невизначеності.

З цього випливають інтенсивні релігійні практики в субкультурі «воцерковлених». Стиль життя побудований навколо річного циклу християнського міфу: починаючи з Різдва Христового, проходячи крізь головні етапи його шля-

ху – до розп'яття і воскресіння в пасхальному святкуванні. Окрім того, «воцерковленість» передбачає пам'ять і специфічні форми поклоніння та вшанування людей, які оточували спасителя (Діва Марія, Іоан Хреститель, апостоли, мученики за віру, святі й чудотворці та ін.). Доволі поширеним у середовищі «воцерковлених» є паломництво по святих місцях, монастирях, до чудотворних ікон тощо. Не кожний може дозволити собі подорож до Святої землі (Ізраїль), але відвідати доступні святині багато хто вважає за необхідне. Ситуація паломництва дає можливість перервати рутинність повсякдення, цілком зануритися в релігійні переживання в середовищі однодумців, отримати підтримку референтної групи.

Релігійні практики «воцерковлених» втілюють православну релігійність у найбільш наближеній до «ідеального» типу формі. Місцем релігійних переживань, зустрічі з Богом, і людьми, які поділяють твої переконання і визнають твій спосіб життя цілком правильним, стає церква. У групі «воцерковлених» домінує особливе ставлення до релігійних цінностей і релігійних практик загалом. Для «воцерковлених» культ стає головною сферою їхньої соціальної активності та самоствердження. Найвищими цінностями вони визнають суто релігійні. Досягнення вічного життя в царстві божому як кінцева мета набуває надзвичайно дієвої сили в індивідуальній поведінці.

Незважаючи на те, що церква – місце, куди може потрапити будь-хто, навіть не «просунутий» у церковному житті, група «воцерковлених» упізнає «своїх». Часто віруючі обирають якусь улюблену церкву, утворюючи коло постійних парафіян; у них може бути спільний духівник; найавторитетніші догматично і обрядово компетентні стають неформальними лідерами групи. Належність до субкультури «воцерковлених» маркується знанням деталей церковного «політесу» (де стати під час служби, яку позу обрати, як звертатися до ієрархів різного рівня тощо), одягом (жінки в довгих спідницях, хустках, одягнені в цілому аскетично, чоловіки – консервативно), а особливою мовою, що включає чимало специфічних церковних термінів («впасти у пре-

лесть» – щодо помилковості і спокуси, «врятуй Господь» – замість «до побачення» і т.ін.).

В аксіологічному плані для субкультури «воцерковлених» ядром ціннісних пріоритетів стають не християнські цінності, духовні настанови, а насамперед церковне життя, церква, яка дійсно є суб'єктом іноді більш жорсткої нормативності. Так, скажімо, в одній із церковних настанов до сповіді перелік можливих гріхів аж ніяк не обмежується змістом нагірної проповіді і моральних заповідей, залишення Христом, а налічує десятки сторінок (гріх багатоспання, багатоговоріння тощо). Поміж «воцерковлених» особливо цінними є церковні досягнення: як часто відвідуєш літургію, як часто причащаєшся, наскільки жорстко і постійно постишся, скільки разів брав участь у паломництві та хресних ходах, до яких ікон і мощів прикладався тощо. При цьому має місце надзвичайно високий авторитет церковних ієрархів, вони не підпадають під критику за їхні людські слабкості й розглядаються як носії божої благодаті (нормою є, наприклад, цілування руки, облачення тощо). Усе, що засуджується церквою, на що не отримано благословення церкви, виключається з поведінкових стратегій. Внутрішнє самовідчуття «воцерковлених» сповнене упевненістю, що вони істинно православні експерти церковного обряду, ось чому вони дозволяють собі прямо у церкві, під час служби робити зауваження неофітам, так званим святковим віруючим, відштовхуючи їх від церковного життя.

Ментальні особливості субкультури «воцерковлених» змальовуються як православний фундаменталізм, що дістає відгук у людей відповідного психічного складу: догматично мислячих, які потребують незаперечного авторитету, знаходять опертя в архаїці, традиції. Відтворення субкультури «воцерковлених» та її поширення пов'язане з тим, що і в Україні, і в Росії релігійність (особливо православна) стала соціально-погодженою, респектабельною, конформістською. Тобто навіть радикальні, перебільшені, демонстративні форми релігійності й церковності в соціумі не засуджуються, а сприймаються як належне. І носіями цієї релігійності є не лише, як писав В.Розанов, глибокошановані «бабусі», берегині правил благочестя й поведінки у

церкві, а й значний прошарок неофітів, людей різного віку й освіти, які відвідують церкву останніми роками. Так, аналізуючи процеси воцерковлення у РПЦ, що являє собою наразі найбільшу централізовану релігійну організацію в пострадянському просторі, а також найбільш значну за кількістю прихожан православну церкву у світовому православ'ї, М. Мітрохін висновує, що за 2000-ні роки відбулися істотні зміни у «тілі» самої церкви. В останнє десятиріччя почався процес зміни покоління віруючих, точніше, омолодження контингенту та постійних відвідувачів храмів. З 1950-х і до початку 2000-х років переважну більшість віруючих становили ті самі «бабусі» – малоосвічені жінки пенсійного віку. Вони розглядали похід до храму як засіб реалізації свого релігійного почуття, а сам храм як своєрідний клуб для своєї вікової та гендерної групи. Однак до середини 2000-х років стало очевидно, що до церкви почали приходити представники більш молодих поколінь і середній вік віруючих почав інтенсивно знижуватися. Нове покоління «бабусь», покоління 1940–1950-х років народження, що морально сформувалося у 1960-ті роки, виходить на пенсію уже без «православного бекграунду», який міг сформуватися у молодості, але не сформувався через хрущовську антирелігійну кампанію, і тому не мають до церкви великої цікавості та не є хранительками традицій. Різка зміна поколінь серед прихожан дає змогу священикам більш упевнено почуватися та впроваджувати досить радикальні нововведення, які навряд чи були можливі у попередні десятиріччя. Не тільки здійснюється «боротьба із забобонами» (під якими розуміється значна частина так званого народного православ'я), але вводяться принципово нові практики. Різке омолодження контингенту віруючих, зниження середнього віку (від 65-ти у 1990-х роках до приблизно 50-ти на даний час) при зростанні середнього достатку, рівня загальної освіченості та прорадянських симпатій прихожан (й істотно меншого рівня знання ними обрядів) несе в собі потенціал зміни субкультури «воцерковлених»: пом'якшення фундаменталістських установок, ксенофобії, жорсткого ритуалізму та зростання толерантності щодо неофітів.

Враховуючи, що «церковний народ» уважно прислуховується до установок, що транслюється вищим ешелonom церковної бюрократії, варто підкреслити: якщо у 1990-х – на початку 2000-х років усередині церкви однозначно домінував фундаменталістський тренд, то після Архієрейського собору 2004-го року ситуація почала змінюватися. Можна говорити, що після 2005 року всередині РПЦ виникає неформальний ідеологічний блок, який дехто з дослідників називає «молодою церквою». Вона підтримується патріархом та ставить перед собою завдання залучити до церкви освічену, соціально та економічно успішну молодь. Значною мірою зусиллями «молодої церкви» впродовж 2000-х років різко зросла якість церковної журналістики та видавничої справи. Багато форм церковно-соціальної діяльності, колись вельми патріархальних, стали виглядати досить сучасно. Інтенсивно ведеться місія в Інтернеті (тільки помітних блогів православних священників у Рунеті можна нарахувати понад 50). Православні священники стали брати участь у рок-концертах. Так, 2008 року на рок-концерті, організованому популярним у РПЦ місіонером дияконом Андрієм Кураєвим, у Києві виступив навіть митрополит Кирилл (Гундяєв), нині Патріарх РПЦ, а тоді неформально друга людина у РПЦ. Фундаменталісти пережили серйозний поділ. Найбільш впливова частина була успішно інкорпорована у церковну «вертикаль влади», й наразі їхню позицію можна оцінити як консервативну, але не радикальну.

Таким чином, субкультура «воцерковлених», будучи частково підсистемою православної релігійності й культури, визнаної більшістю, набуває деяких характерних рис у світосприйнятті, системі цінностей, способах поведінки, життєвих стилях, мові, які було зазначено вище. Можна говорити про те, що субкультура «воцерковлених» найбільш опукло втілює типові риси православної релігійності, її церквоцентричність і обрядовіру, відокремлюючи себе від інших віруючих і маркуючи себе певним чином. Отже, у субкультури «воцерковлених» є ресурси рекрутування нових членів, відтворення та акомодатії.

3.6. Гламур: субкультура успішних і багатих

Якщо ви сьогодні чуєте в магазині одягу репліку «пані, в цьому вбранні Ви будете виглядати надзвичайно гламурною», то стає зрозумілим, що гламур так чи інакше посів у нашому побуті неабияке місце. Тобто доцільно говорити про гламур як про явище сучасного життя. На увагу дослідника заслуговують різні аспекти його проявів, такі як соціальний, психологічний, естетичний. Можна стверджувати, що у гламурі досить несподіваним чином концентруються і виявляються на практиці ті зрушення, які відбулися і відбуваються у багатьох сферах життя.

Витоки гламуру

Треба відзначити, що існують різні точки зору щодо походження терміна “гламур”. Якщо вірити статті у Вікіпедії, «англійське слово *glamour* виникло в середні віки як варіант до *grammar* “книга”, запозиченого з фр. *grammaire* (розвиток значень таке: граматики! складна книга! книга заклять, чаклунство, закляття; пор. також фр. *grimoire*, рос. *гримуар* «книга заклинаний», того ж походження») (*Вікіпедія; гламур*). Дослідниця Лариса Рудова з цього приводу посилається на думку британського культуролога Стівена Гандла, який убачає в походженні цього терміна прямий зв'язок з англійським «*glimbr*» – пишнота. Першим в цьому значенні його вжив Вальтер Скотт у «Пісні останнього менестреля» у 1805 році. «За Скотом, – зазначає авторка, – “гламур” – це магічна сила, що перетворює повсякденність на чарівну казку» (*Рудова, 2009*). В іншому дослідженні гламур (*glamour*) перекладається як шарм, чарівність, привабливість. Це власне значення цього слова. Але більш змістовним є гламур як явище, що набуло поширення, і, по суті, стало складовою життя. Як зазначається у вступі до огляду матеріалів, присвячених дослідженню цього феномена, «Дискурс гламуру» в Інтернет-виданні «Большой город»: «У мовах романо-германської групи слово “гламур” більш-менш

невинне Нема в ньому тієї величезної глибини сенсів, які нині властиві цьому слову в російській мові. Останніми роками цей термін стрімко еволюціонував, набуваючи дедалі нових значень» (*Большой город*, 2006).

Дуже побіжно заторкнувши історію питання – виникнення гламуру, час його увіходження в повсякденний ужиток, виявляємо кілька цікавих речей. Насамперед те, що ціла низка явищ, які постали перед дослідниками як предмет осмислення тільки в останні роки, в тому числі гламур, у своїх проявах мають багатовікову історію. Для прикладу наведемо ситуацію з масовою культурою, яка останніми десятиліттями стала предметом наукових і суспільних рефлексій та дискусій у величезному оцінному діапазоні. Хоча переважає все-таки негативний вектор. Але ж вдумливий дослідник, що прагне наукової об'єктивності, виявить ознаки масової культури ще в античному минулому і в подальшому впродовж усіх історичних етапів. Тож і гламур, на наш погляд, має свою давню історію, хоча як явище не осмислювався і навіть не мав назви.

Саме на досить широкому спектрі змістів гламурності, які відчутно впливають на трансформацію ціннісної парадигми суспільства з певного періоду, і зосереджена увага дослідників. У річищі вітчизняних інтелектуалів, схильних зводити життя людини до духовних пошуків, часто наголошується, що вихід гламуру на авансцену сучасного життя не додає йому змістовної глибини та об'ємності. І справді, яка глибина, коли йдеться про матеріалізацію в повсякденному житті потягів і бажань, які раніше публічно не артикулювалися, бо у громадській думці розміщувалися на шкалі негативних цінностей. Бажання вразити світ красою в її зовнішніх проявах, «сліпе дотримання моди» вважалося справою, негідною людини. А гламур – це якраз демонстративне явлення світу власних можливостей у володінні всім тим, що становить зовнішній блиск, шик, розкіш – все від предметів туалету до інтер'єрів помешкань, автомобілів, курортів тощо.

Ці аспекти проявів гламуру обговорюються у наукових та публіцистичних виданнях, відтворюються в творах літератури, кіно, образотворчих мистецтв. Але ми хотіли б звернути увагу на те, що гламурність, тобто потяг до

наслідування, володіння предметами, позиціонованими як розкіш, як ознака належності до вищих верств суспільства, існували, мабуть, з моменту виникненням цих верств. Таким чином, міркування престижу й демонстративності завжди відігравали при цьому не останню роль. Можемо знайти численні підтвердження цієї позиції, звернувшись до артефактів недалекого минулого. Наприклад, святкові листівки дореволюційних часів. Скільки зусиль докладали, щоб у кожній деталі зображення матеріалізувалися уявлення про довершену жіночність, про бажане життя у красі та в розкоші. Згадаймо багато разів висміювані килимки з лебедями, розкішними нетутешніми замками і знов-таки, небаченими у житті красунями. Ці килимки, попри всі закиди, що лунали від культурно свідомої публіки, продовжували прикрашати оселі наших громадян. Не можна також оминати й діяльність на теренах гламуру відомої Елочки-людожерки, яка докладала відчайдушних зусиль, конкуруючи з дочкою багатія Вандербільта щодо власного екстер'єру та інтер'єру свого помешкання. Ми можемо і далі додавати прикладів. Але всі ці потяги сформульовані в одній відомій репліці в п'єсі В.Маяковського «Сделайте мне красиво». От це «зробіть мені красиво» сприймалося у вітчизняній громадській думці як дошкульне і неприйнятне гасло.

Спинімося, бодай побіжно, на ставленні в культурі та суспільстві до прагнення пересічної людини прикрасити, точніше розцвітити своє життя зовнішньою атрибутикою. Вважаємо, що тут слід говорити про існування у вітчизняній культурі подвійних стандартів особливого ґатунку, які на відміну від наявних в інших сферах життя – в політиці, в економіці тощо, не несуть у собі прагнення досягти матеріальної вигоди, соціальних дивідендів. Річ у тому, що ці подвійні культурні стандарти суспільство приймає, ба навіть вітає «за умовчанням», а громадяни радо їх виконують. Перша складова цих стандартів – вітчизняні культурні зразки-ідеали, цінності, установки. Особлива матриця, яка відтворюється в поколіннях і сприймається зокрема як керівництво до публічного самоствердження. Тож особливість саме культурних подвійних стандартів полягає в тому, що перший складник діє на рівні публічному, другий виявляє себе в приватному житті, яке не афішується.

Наші громадяни охоче задекларують свою прихильність до вищих ідеалів, національних цінностей. Тобто вважають престижним та нормативним заявити суспільству про своє сповідування цих цінностей і дотримання їх. Про це свідчать дані опитувань щорічного моніторингу ІС НАНУ. Так, у 2009 році на запитання «Оцініть ступінь важливості особисто для вас розширення культурного кругозору, залучення до культурних цінностей (через мистецтво, художню творчість, хобі тощо)» 58% респондентів відповіли, що для них це важливо і дуже важливо. Заради справедливості варто сказати що 2002 року таких було 68%. Вочевидь до зменшення кількості ладних бажаючих розширювати культурний кругозір спричиняються економічні негаразди, пов'язані, зокрема, з кризою (*Українське суспільство, 2009*).

Однак маємо й інший бік стосунків людини з прекрасним. Перебуваючи у власних стінах, люди вибудовують свій світ краси за власним розумінням, керуючись насамперед прагненням до емоційно-комфортного побутування. Цей чинник у дослідженнях про естетично-художні преференції споживача культури, як правило, не враховується.

Відзначимо також, що у будь-якій народній культурі розцвічування повсякденності барвами, звуками було запрограмовано притаманними цій культурі палітрою кольорів, якими прикрашали одяг, предмети побуту, житло. Багатовіковий народний досвід довів необхідність зовнішньо збагачувати навколишнє середовище з тим, щоб у такий спосіб знімати у людини втому від важкої повсякденної праці, досягати психологічного розвантаження, позитивного емоційного насичення. Тож ми звертаємо увагу на те, що сучасний гламур у своїй яскравості, в потягу до святковості виник не на порожньому місті. У своїй основі він не тільки ґрунтується на естетичних преференціях, а й зумовлений важливими для життєдіяльності психофізіологічними чинниками.

Та, як відомо, все має свій зворотний бік, тим паче, коли якесь явище порушує гармонію стосунків зі світом, претендуючи на домінування в них. В оцінках нинішнього стану стрімкого поширення гламуру в суспільстві переважає якраз несприйняття надлишку демонстрації зовнішніх принад життя, заперечення претензій на утвердження гла-

мурної естетики як єдиного підґрунтя значущого стилю життя.

Насиченість нашого буття новаціями позначилася не тільки у сфері інформаційних, комп'ютерних технологій, а й у суспільній, економічній, культурній царинах, де гламур у різних його проявах також стали розглядати у шерезі новацій. Зрозуміло, що це спричинило його поширення в моді, активно підтримуваній ринком, у визначенні стилю сучасного життя, у змісті розваг тощо. І все це уявилось з початком нового тисячоліття.

Тут певним чином дивує жвавість реакції з боку громадської думки. Адже тільки кілька років минуло, як і саме слово «гламур» увійшло в повсякденний вжиток поряд із цілим спектром явищ, що їх почали визначати як гламур, гламурність. Додамо, що дивує також те, як досить цнотливі у нещодавньому минулому співвітчизники нині з такою самою легкістю, з якою вони засвоїли гламур, вживають на кожному кроці в одному ряду із «гламуrom» колись табуйоване поняття «сексуальність» і всі похідні від нього. Культурна динаміка така, що навіть пересічному громадянину теж хочеться рухатися в річищі сучасного модного мовного дискурсу. А саме таким його представляють наші «просунуті» ЗМІ, теле- і кінотвори. Своєю чергою, вони виступають як транслятори, що артикулюють для потенційного споживача ті настанови, які формуються ринковими відносинами і похідними від них рекламою, модою, зразками, що визначають стиль життя.

У нечисленних поки що дослідженнях гламур розглядають у зв'язці з іншими прикметами сучасності, які вважаються визначальними для стану суспільства – це все колізії, пов'язані із суспільством споживання. Крім того гламур розглядається як складова частина проблеми виникнення на вітчизняних теренах такого утворення, як «бездіяльний клас» (рос. – «праздний класс») (Шохина, 2006:8).

Отже, дійшовши деяких проміжних висновків щодо сутності такого явища, як гламур, зазначимо, що визнавати гламур, тільки як прикмету сьогодення, означає спрощувати проблему і зводити її тільки до поверхових проявів, ігноруючи глибинну природу його як феномена. Звідси ми втрачаємо можливість наблизитись до адекватного розумін-

ня його місця в суспільному житті. Як уже раніше зазначалося, насправді маємо справу з широким за зовнішніми проявами, та глибоко зануреним у буття явищем, яке на перший погляд виглядає тільки як певна примха, поверховість, утвердження цінностей споживання, гедонізму.

Ці позиції необхідно було висвітлити для того, щоб зрозуміти поширення гламуру в суспільстві, а також чинників, що визначають наявність гламуру як ціннісного стрижня певної субкультури.

Субкультурні ознаки гламуру

Саме розрізнення сутності і явленості гламуру в культурі та в суспільстві дає підстави розглядати різні іпостасі функціонування гламуру. Звісно, потяг людини до прикрашання свого життя яскравою атрибутикою має давню історію. Але його концентрація в сучасному житті дає привід розглядати гламур як певну субкультуру.

Як відомо, субкультурне утворення виникає там, де формується тип і спосіб мислення, характерний для певної спільноти на основі системи цінностей, норм поведінки, стилю життя, особливого світосприйняття, разом із відповідними соціальними інститутами їх відтворення. Наявність тієї чи іншої субкультури пояснюється, зокрема, потребою людей у знаходженні свого місця у світі, в установленні власної системи соціальних координат. За допомоги субкультури відбувається соціальна ідентифікація членів певної спільноти. Субкультура в багатьох випадках – це спосіб вираження індивідуальності людини. Тому для такої людини перебування у групі з певним світоглядом, з набором прийнятних для неї норм і цінностей є способом самоствердження та самореалізації у суспільстві.

Існує багато культурних груп, об'єднаних типом ментальності, спільними інтересами, поглядами, стилями і способом життя. Дуже часто найбільш репрезентативними чинниками позиціонування такої групи в суспільстві є естетична та художня складові. Група, так би мовити, маркує себе через певне художнє оформлення. Так, хіппі своєю, як зараз кажуть, фішкою обрали, як відомо, квіти, що прикрашали одяг, різні атрибути. Панків легко було розпізнати за екзотичними кольоровими зачісками. Ні з ким, мабуть,

не сплутаєш прибічників музики під назвою хеві-метал – шкіряний одяг рясно оздоблений металом. З іншого боку, адепти того чи іншого стилю чітко обирали свій естетичний напрямок або ж взагалі створювали його самі, як, скажімо, рокери. Саме навколо такого музичного стилю і гуртувалася ця субкультура. Таким чином, можна говорити, що субкультура – це достатньо цілісне утворення, яке визначає стиль життя та мислення її носіїв і відрізняється від інших субкультур своїми нормами та комплексами цінностей.

Необхідно зазначити таку деталь: чим більшою мірою ознака, за якою вирізняється субкультура, важлива для самих її носіїв, тим більше спільнота сама себе усвідомлює, тим більше сенсу в тому, щоби справді вважати її субкультурою. Не обов'язково при цьому, щоб субкультура протиставляла себе культурі загалом, а її носії були в антагоністичних відносинах з рештою світу, демонструючи свою належність до контркультури.

Проте чи маємо ми підстави, відзначаючи велике поширення гламуру в суспільстві, говорити про нього як про субкультуру: чи не є це просто розширенням повсякденної лексики, модою, способом артикуляції певних тенденцій, що з'явилися в нашому житті? Чи достатньо цих проявів, щоби вважати, що маємо справу із субкультурою? Адже подібним же чином нині, як зазначалося, у широкому вжитку побутує і визначення «сексуальне», подекуди асоційоване із вищою похвалою жінці, вбранню, поведінці. А втім, говорити про наявність такої субкультури, тобто її носіїв – як певної спільноти, для якої системовизначальним ціннісним чинником є сексуальність з усіма її «атрибутами», мабуть, не доводиться. Хоча як обов'язкова або бажана складова сексуальність притаманна різним культурним стилям.

Натомість ми можемо стверджувати, що гламурний стиль життя набуває чинності й починає задавати нові для вітчизняної культури ціннісні виміри. Маємо досить потужні джерела для формування і поширення цього стилю, ба навіть світогляду. Завдяки їм дедалі більш в суспільній свідомості утверджується думка, що пропоновані зразки варті наслідування. Ознаки субкультури, як бачимо, присутні. Тож можна говорити про дві площини побутування гламуру в нашому суспільстві. Перша – це широке на рівні

повсякденного життя вживання цього позначення як характеристики, що визначає відповідність сучасним стандартам краси, слугує способом підтвердження людиною свого соціального статусу. Ми не будемо зараз спинятися на тому, що всі ці характеристики концентруються навколо неприйнятних у близькому минулому чинників для визнання особи як гідної суспільної поваги. Нагадаємо, що сучасний гламур у своїй основі передбачає демонстрацію можливостей доступу до атрибутів розкішного стилю життя з усіма його здобутками.

Однією з перших заявок на гламурність як субкультурне утворення на вітчизняних теренах постали розрекламовані телебаченням і друкованими ЗМІ бали новоявленого вищого світу. Всіляко намагаючись уникати оцінних суджень в аналізі культурних явищ, не можна, проте, не згадати класиків з їхнім ставленням до прагнення нуворишів на рівних увійти до кола аристократів, родовід яких сягав кількох століть. Наші вітчизняні багатії знають про звички та поведінку вищого світу тільки з книжок та фільмів. Однак не будемо спинятися на тому химерному видовищі, яке поставало перед телеглядачами, коли вони побачили намагання учасників, особливо учасниць балів, наслідувати вбрання, прикраси, зачіски, загалом усе те, що було притаманне, на погляд організаторів цих великосвітських заходів, дворянству XIX століття.

Від тих часів було запозичено і традицію так званого першого балу, коли дворянські сім'ї виводили і показували вищому світові своїх нащадків. Цей світський захід також досить широко висвітлювали у вітчизняних ЗМІ, усіляко підкреслюючи його пишноту, блиск, шляхетність. Але відеоряд не зміг приховати того, що наспіх ознайомлені з манерами, танцями, способом спілкування минулих часів, юні представники найбагатших українських сімей у своїх намаганнях відтворити все це, виглядали радше неорганічно. Хоча за деякими показниками вони могли б таки посперечатися з природженими аристократами. Мабуть, не кожен з останніх дозволив би собі такі коштовні прикраси та сукні. Тобто зовнішній вигляд, якщо не смаком, то ціною вражав.

Та хай би як вимушено та сумнівно все це виглядало, але початок ході гламуру було покладено. До того ж зусил-

лями ЗМІ був розпочатий процес його легітимації, як культурно значущого утворення. Присутність гламурності утверджувалася як складова нового для суспільства способу життя, або точніше, образу. Саме не стилю, а образу, який визначає напрямок життєдіяльності суспільства споживання, що формується в умовах ринкових відносин.

Логіка функціонування ринкової економіки, як відомо, вимагає повсякчасного зростання споживчого попиту, бо інакше гарантовані кризові явища. Нагоду спостерігати, що це таке, ми зараз і маємо. Тож гламурність у цій системі відносин, oprіч всього іншого, постає як гарна обкладинка для товару, яка має привабити покупця, спонукати його до бажання володіти ним.

Не можна не зазначити, що попри установки, які визначають публічний рівень наших культурних стандартів, ситуацію з переможною ходою гламуру визначає якраз другий, прихований від декларованих цінностей рівень. Все відбувається майже згідно з класичним формулюванням, тільки з тією відмінністю, що і «верхи хотіли» і «низи прагнули». Сучасний гламур утвердив себе на перетині цих обопільних бажань. То ж і відбувається перманентний процес, де бажання отримати надприбутки через виробництво дедалі нових видів товарів і необхідність їх реалізації, з одного боку, накладається на вкорінене в бутті прагнення людини зробити своє життя більш яскравим, емоційно насиченим, комфортним як психологічно, так і предметно. Тобто ринок експлуатує ці людські схильності, сегментуючи їх за спроможністю тих чи інших груп.

Зусилля, що їх витрачають виробники на те, щоб якомога ефективніше, тобто з найбільшим прибутком для себе, використати ці схильності, породили цілі галузі, які працюють на психологічну «обробку» споживача. Зрозуміло, що першою чергою це реклама, яка давно вже у своїй діяльності спирається на наукові розробки у сфері психології, в тому числі й на дані щодо значущості несвідомого у життєдіяльності людини, у її ставленні до світу, до себе, в її стосунках з оточенням. Тому ми можемо спостерігати, як, використовуючи методи психологічного впливу, через рекламу формуються установки на певну поведінку, культивуються потреби на споживання нових і нових товарів та послуг. Тобто

реклама у значній своїй частині спрямована не на пряму інформацію про наявність того чи іншого товару, навіть не на висвітлення його принад; вона працює як могутній чинник продукування уявлень про необхідність для людини відповідності престижному стилеві життя.

Тут і стає у пригоді гламур. Адже майже кожна людина, особливо молода, хоче, щоб її сприймали в суспільстві як значущу особистість. Відомо, що американський психолог Абрагам Маслоу відносив потребу в соціальному визнанні до категорії вищих людських потреб (Маслоу, 1999). Гламур з його спрямованістю на демонстрацію зовнішніх ознак належності до верств, позиціонованих як найуспішніші в сучасному суспільстві, сприймається як досить легкий шлях прилучення до бажаної референтної групи, як певна можливість, а точніше квазіможливість самоствердження. Цьому сприяють численні телепередачі, що виходять на багатьох каналах, наприклад, «Про багатих і успішних», про «Зіркове життя» і т.ін. Взірцями носіїв гламурного стилю тут постають голівудські зірки, відомі моделі, дружини багатіїв тощо.

Глядачам навіюють думку про єдино гідний стиль життя, де публічність, в якій людина постає в усій красі, з такими її складовими, як молодість, хай і штучна, блиск прикрас, вишуканість суконь, зачісок, – це та мета, якої і треба прагнути. Допомогу на цьому шляху також пропонують у широкому асортименті. Її можна знайти в передачах про можливості пластичної хірургії. (Про реальні загрози можливих ускладнень якщо і говориться, то дуже побіжно.) Передачі про вміння одягатися, яких теж багато, прямо говорять про необхідність для сучасної жінки виглядати гламурно, сексуально. Маємо передачі на кшталт «Тур гламур», де гламур сам по собі розуміється як мета, якої треба досягати в усіх сферах життя.

Значний внесок у формування і легітимацію гламуру як субкультури вносять і численні вітчизняні серіали. Майже всі вони, хоч би якими були за своїм жанром, – чи то кримінальні, чи то мелодрами, чи то психологічні драми – всі вони особливо у своїх візуальних рішеннях (інтер'єри, одяг, зовнішність героїв, рід зайнять) демонструють багатство та успішність як єдино прийнятний стан існування.

У цьому сенсі ніяк не можна оминати увагою суто вітчизняний варіант демонстрації гламурного стилю й навіть підтвердження факту існування гламуру як субкультури. Йдеться про передачу, що регулярно, з постійними ведучими виходить в ефір. Це достатньо відомі «Світські хроніки». Не гламурного персонажу в ній ви просто не побачите. В усякому разі, всі, хто потрапляє в об'єктив телекамери, позиціонують себе як представника світської «тусовки», перепусткою до якої слугує ретельне дотримання настанов гламуру. Вітчизняні зірки шоу-бізнесу, модельного бізнесу, так звані публічні люди – політики, бізнесмени, відомі спортсмени – радо перелічують світові торговельні бренди, які їм до смаку. Володіння речами з цими брендами покликане засвідчити їхнє право належати до співтовариства, для якого гламур є мірилом успішності, свідченням досягнення найвищого на сьогоднішій день соціального статусу.

Друковані ЗМІ також ані на крок не відстають від телебачення у формуванні гламурних смаків. Тільки перелік так званих глянцевого журналістики, для яких гламур визначає кут зору на будь-яку тему, зайняв би багато місця. Розповідями про життя зірок, про їхні споживацькі преференції, уподобання, про все, що стосується подружнього, і не тільки, життя, рясніють шпальти численних газет. Але телебачення володіє ресурсом візуального ряду, що дає одразу цілісне уявлення про об'єкт, і тому, на нашу думку, більш дієво впливає на «гламуризацію» всієї країни. Загалом, маємо ситуацію, коли субкультуру конструюють медіа, оскільки її параметри задаються і транслюються засобами ЗМІ. Пересічному громадянину залишається вирішати, чи вступить він у боротьбу за досягнення визнання його гідним членом цього блискучого світу.

Отже, лише десятиліття минуло з того часу, коли гламур увійшов у наше життя і почав свою ходу, завойовуючи дедалі міцніші позиції в суспільному бутті. Інакше кажучи, був знайдений словесний еквівалент певному явищу, що визначає зміни в повсякденному бутті людини і суспільства. Нове для нашого життя визначення лише зафіксувало, як неодноразово зазначалося, те, що фактично існувало вже у глибинах життя, у людських бажаннях, уподобаннях. Звісно, умови, які формують сучасний соціум на всіх його

рівнях, виявилися надзвичайно сприятливими, щоб ці приховані у нетрях свідомості потяги неочікувано для нашої культури виявилися затребуваними, зокрема як паливо для розгортання таких сфер життя, як економіка, виробництво, торгівля тощо.

Можна іронізувати над гламуром за спрощене, подекуди примітивне розуміння краси та її стандартів. Можна не сприймати його зосередженості на демонстрації та навіть пропаганді цінності речей, які відображають тільки прояви зовнішнього у людській особистості, бо прояви внутрішнього духовного життя гламур не цікавлять. Але, мабуть, не варто в котрий раз вдаватися до поширеної у вітчизняній науці практики, коли явище, яке не вкладається в установлені теоретичні побудови, просто ігнорують як таке, що не може претендувати на увагу дослідника. Не варто тому, що в такому разі ми можемо залишитися далеко позаду реальних процесів, що відбуваються в суспільстві. Ось і гламур належить до низки не надто симпатичних вітчизняному інтелектуалові явищ. І все одно навряд чи можна ігнорувати той факт, що він досить міцно стоїть на таких вагомих підмурках, як, по-перше, чинники стосунків людини зі світом, зокрема їхня психологічна, соціально-психологічна, естетична складова, і по-друге, потреби, що визначають вектор соціально-економічного розвитку сучасного суспільства. Тому поступове виокремлення гламуру в субкультуру – цілком закономірний процес, бо він виявився затребуваним і нині всіляко підштовхується логікою розгортання ринкових відносин.

Література

Розділ I

Бурдые П. О телевидении и журналистике / Бурдые П. — М. : Прагматика культуры, 2002.

Головаха Є. Соціальні зміни в Україні та Європі (за результатами «Європейського соціального дослідження» 2005–2007 рр. / Є. Головаха, А. Горбачик. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2008.

Гройс Б. Медиум становится посланием [Электронный ресурс] / Б. Гройс // Неприкосновенный запас. — 2003. — № 6 (32). — Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/gr13-pr.html>.

Гумбрехт Х.У. В 1926 году: на острие времени / Гумбрехт Х.У. — М. : Новое литературное обозрение, 2005.

Гумбрехт Х.У. Производство присутствия: Чего не может передать значение / Гумбрехт Х.У. — М. : Новое литературное обозрение, 2006.

Дашевская И. Рынок массмедиа в России: реалии и тенденции [Электронный ресурс] / Дашевская И. // Дата обращения январь, 2007. URL. — Режим доступа : <http://www.advertology.ru>.

Дзюба А. Інтерв'ю газети / А. Дзюба // Дзеркало тижня. — 2003. — № 38, 4 жовт.

Дубин Б. Посторонние: власть, масса и массмедиа в современной России [Электронный ресурс] / Б. Дубин // Отечественные записки. — 2005а. — № 6. — Дата обращения 11.02.2009. URL. — Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/oz>.

Дубин Б. Медиа постсоветской эпохи: изменение установок, функций, оценок / Б. Дубин // Вестник общественного мнения. — 2005б. — 2 (76). — С. 22–29.

Ионин Л.Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие : учеб. пособие / Ионин Л.Г. — М. : Издат. корпорация «Логос», 2000.

Костенко Н. Культурные исследования и медиатеория: настичь реальное / Н. Костенко // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : зб. наук. праць. — Х. : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2009. — Вип. 15. — С. 64–69.

Костенко Н. Национальные аудитории медиа в сравнении / Костенко Н. // Украинское общество в европейском пространстве ; под ред. Е. Головахи, С. Макеева. — К. : Ін-т соціології НАНУ; Харьковський національний університет ім. В.Н. Каразіна, 2007. — С. 174–204.

Костенко Н. Політичний кредит довіри українським медіа / Костенко Н. // Українське суспільство 1994–2005. Динаміка соціальних змін ; за ред. В. Ворони, М. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2005. — С. 78–86.

Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу / под ред. Л.Харрисона, С.Хантингтона. — М. : Моск. школа полит. исследований, 2002.

Латур Б. Когда вещи дают сдачи: возможный вклад «Исследовательской науки» в общественные науки / Б. Латур // Вестник МГУ. — 2003. — №3. — С. 20–38.

Луман Н. Медиа коммуникации / Луман Н. — М. : Логос, 2005.

Українське суспільство 1992–2008 : соціологічний моніторинг ; за ред. Є. Головахи, Н. Паніної. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2008.

Медиа. Демократія. Культура ; за ред. Н. Костенко, А. Ручки. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2008.

Проблеми теорії ментальності ; відп. ред. М.В. Попович. — К. : Наук. думка, 2006.

Ручка А.О. Концепт «субкультура» та його застосування в соціології / А.О. Ручка // Нова соціокультурна реальність в Україні: теорія, методологія, практика : Всеукр. наук. конф. : зб. матеріалів, Київ, 22–23 квіт., 2008 р. — К. : ДАККіМ, 2008.

Смирнов И. TV в силовом поле культуры. Некролог [Электронный ресурс] / И. Смирнов // Критическая масса. — 2005. — № 2. — Дата обращения 11.02.2009. URL. — Режим доступа : <http://www.magazines.russ.ru/km>.

Соціокультурні ідентичності та практики / за ред. А. Ручки. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2002.

Стилі життя: панорама змін / за ред. М.О. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2008.

Танчер В.В. Культуральна соціологія: «сильна програма» досліджень смислів соціального життя / В.В. Танчер, Л.Г. Скокова // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2009. — № 4.

Тульчинский Л.Г. Постчеловеческая персонология. Новые перспективы свободы и рациональности / Тульчинский Л.Г. — СПб. : Алетейя, 2002.

Хабермас Ю. Первым почувать важное. Благодарственная речь по случаю вручения Премии им. Бруно Крайски [Электронный ресурс] / Ю. Хабермас // Неприкосновенный запас. — 2006. — № 3 (47). — Дата обращения 11.02.2009. URL. — Режим доступа : <http://www.magazines.russ.ru/nz>.

Цветущая сложность: Разнообразие картин мира и художественных предпочтений субкультур и этносов / науч. ред. К.Б. Соколов ; ред.-сост. П.Ю. Черношвитов. — СПб. : Алетейя, 2004.

Шендрик А.И. Социология культуры : учеб. пособие для студентов / Шендрик А.И. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

Adkins L. What is the Empirical? / L. Adkins, C. Lury // European Journal of Social Theory. — 2009. — №12. — P. 5–20.

Arnold D. The Sociology of Subcultures / Arnold D. — Berkeley, Cal., 1970.

Buchmann M. Subkulturen und gesellschaftliche Individualisierungsprozesse / M. Buchmann // Kultur und Gesellschaft. — Frankfurt/M. ; N. Y. : Campus, 1989.

Coromina L. The Quality of the Measurement of Interest in Political Issues in the Media in the ESS [Electronic resource] / L. Coromina, W. Saris, D. Oberski // Paper presented at 12th meeting of the ESS

Scientific Advisory Board, 15–16 November 2007, Madrid, Spain. Дара обращения 11.02.2009. URL. — Mode of access : <http://www.european-socialsurvey.org>.

Featherstone M. Ubiquitous Media: An Introduction / M. Featherstone // Theory, Culture & Society. — 2009. — № 26. — P. 1–22.

Elvestad E. Newspaper Readers in Europe: A Multilevel Study of Individual and National Differences / E. Elvestad, A. Blekesaune // European Journal of Communication. — 2008. — № 23. — P. 425–447.

Gane N. Radical Post-humanism. Friedrich Kittler and the Primacy of Technology / N. Gane // Theory, Culture & Society. — 2005. — № 22. — P. 25–41.

Gelder R. (ed.) The Subkulture Reader / R. Gelder, S. Thornton. — London ; N. Y. : Routledge, 1997.

Gordon M. The Concept of Subkulture and its Application / Gordon M. // Social Forces. — 1947. — Vol. 10.

Hallin D.C. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics / D.C. Hallin, P. Mancini. — Cambridge : Cambridge University Press, 2004.

Hansen M. Media Theory / M. Hansen // Theory, Culture & Society. — 2006. — № 23. — P. 297–306.

Kittler F. Gramophone, Film, Typewriter / Kittler F. — Stanford, CA : Stanford University Press, 1999.

Kittler F. Towards an Ontology of Media / F. Kittler // Theory, Culture & Society. — 2009. — № 26. — P. 23–31.

Lash S. Power after Hegemony. Cultural Studies in Mutation? / S. Lash // Theory, Culture & Society. — 2007. — № 24. — P. 55–78.

Maggleton D. Węwnątrz subkultury. Pónowoczesne znaczenie stylu / Maggleton D. — Kraków : Wyd. Uniw. Jagiellockie, 2004.

McLuhan M. Understanding media: the extensions of man / McLuhan M. — Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 1995.

Mulder A. Media / A. Mulder // Theory. — Culture & Society. — 2006. — № 23. — P. 289–296.

Vaskovics L.A. Subkulturen — ein überholtes Konzept? / Vaskovics L.A. // Kultura und Gesellschaft. — Frankfurt / M. ; N. Y. : Campus, 1998.

Venn C. Cultural Theory and its Futures: Introduction / C. Venn // Theory, Culture & Society. — 2007. — № 24. — P. 49–54.

Розділ II

Аберкромби Н. Социологический словарь / Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б.С. — М. : Экономика, 2004.

Аза Л.О. Етнічна ідентичність в умовах ціннісної трансформації / Аза Л.О. // Нова соціокультурна реальність в Україні: теорія, методологія, практика. — К. : ДАКККіМ, 2008.

Аза Л. Етнічна ідентичність: форми презентації та специфікації / Аза Л. // Соціокультурні ідентичності та практики. — К. : ІС НАНУ, 2002.

Аза Л. Етномовна диференціація в Україні: регіональні особливості / Аза Л. // Культура — суспільство — особистість : навч. посіб. — К. : Ін-т соціології НАНУ, 2006.

Аза Л. Ідентифікаційне розмаїття в поліетнічному просторі України. Українське суспільство 1992–2008. Соціологічний моніторинг / Аза Л. — К. : ІС НАНУ, 2008.

Ануфрієва Р. Стиль життя осіб похилого віку / Ануфрієва Р. // Стилі життя: панорама змін / за ред. М.О. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2008. — С. 387–415.

Вишняк О. Динаміка мовної ситуації в Україні / Вишняк О. // Українське суспільство 1992–2007. Динаміка соціальних змін / за ред. д-ра екон. наук В. Ворони, д-ра соц. наук М. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАНУ, 2007.

«Владимиру Путину — респект и уважуха!» // Комсомольская правда. — 2009. — 13 нояб.

Инглегарт Р. Культурный сдвиг в зрелом индустриальном обществе / Инглегарт Р. // Новая постиндустриальная волна на Западе : антология / под ред. В.Л. Иноземцева. — М. : Academia, 1999. — С. 245–260.

Ионин Л.Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие / Ионин Л.Г. — М. : Логос, 2000.

Ионин Л.Г., 1995. // Социс. — № 4.

Головин В.В., Лурье М.Л. Бой на мосту, или С кем воюют подростки? / В.В. Головин, М.Л. Лурье // Мир и война: культурные контексты социальной агрессии. — М. : Институт всеобщей истории РАН, 2005.

Громов Д.В. Люберецкие уличные молодежные компании 1980-х годов: субкультура на перепутье истории / Громов Д.В. // Этнографическое обозрение. — 2006. — № 4.

Лем С. Сумма технологии / Лем С. — М. : ООО «Издательство АСТ», 2002.

Луков В.А. Особенности молодежных субкультур в России / В.А. Луков // Социологияские исследования. — 2002. — № 10.

Лурье М. «Молодежные субкультуры современной России: между протестом и индустрией» : доклад [Электронный ресурс] / М. Лурье // Контекст : Междисциплинарный лекторий : 26 февр. 2009, Санкт-Петербург. — Режим доступа : <http://contextclub.org/events/y2009/m2/n10>.

Манхейм К. Диагноз нашего времени / Манхейм К. — М. : Юрист, 1994.

Мид М. Культура и мир детства / Мид М. — М. : Директ-Медиа, 2008.

Молодежь Краснодарского края: духовно-нравственное состояние. — Краснодар : Администрация Краснодарского края : Департамент молодежной политики Краснодарского края : Южный региональный ресурсный центр, 2009.

Омельченко Е. Молодёжные культуры и субкультуры / Омельченко Е. — М. : Институт социологии РАН, 2000.

- Паніна Н. Молодь України: структура цінностей, соціальне самопочуття та морально-психологічний стан за умов тотальної аномії / Н. Паніна // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2001. — № 1.
- Пипенко М. Феномен молодіжних віртуальних фановських практик / М. Пипенко // Журнал соціології і соціальної антропології. — 2006. — Т. IX. — № 1 (34).
- Резник Т.Е. Жизненные стратегии личности / Т.Е. Резник, Ю.М. Резник // Социс. — 1995. — № 2.
- Ручка А. Культурні зміни в сучасному українському соціумі / А. Ручка, Л. Скокова // Фундаментальні і прикладні дослідження рекреаційно-дозвіллевої сфери в контексті євроінтеграційних процесів : Міжнар. наук.-практ. конф. : 12–13 трав. 2008 р. : матеріали конф. — К. : ВЦ КНУКіМ, 2008. — Т. II. — С. 316–337.
- Сергеев В.К. Молодежная субкультура в условиях мегаполиса / Сергеев В.К. — М. : ИНФРА-М, 2003.
- Скокова Л. Культурні уподобання молодіжної аудиторії / Скокова Л. // Медіа. Демократія. Культура. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2008. — С. 178–205.
- Слюсаревський Н.М. Субкультура як об'єкт дослідження / Н.М. Слюсаревський // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2002. — № 3.
- Собкин В.С. Подросток-неформал: принадлежность к группе и жизненные ориентации / В.С. Собкин, А.В. Федотова // Социология образования. — М. : Ин-т социологии образования РАО, 2009.
- Соколов К.Б. Субкультуры, этносы и искусство: концепция социокультурной стратификации / К.Б. Соколов // Вестн. Российского гуманитарного фонда. — 1997. — № 1.
- Соколов М. Субкультурное измерение социальных движений: когнитивный подход / Соколов М. // Молодежные движения и субкультуры Санкт-Петербурга. — СПб. : Норма, 1999а.
- Соколов М. Как писать этнографию молодежных субкультур : доклад [Электронный ресурс] / Соколов М. // Молодежные движения и субкультуры Санкт-Петербурга : 10 дек. 1999, Санкт-Петербург. — Режим доступа : subculture.narod.ru.
- Соціокультурні ідентичності і практики / за ред. А.О. Ручки. — К. : Ін-т соціології, 2002.
- Социология : энциклопедия. — Мн. : Книжный дом, 2003.
- Социология молодежи : энциклопедический словарь. — М. : Academia, 2008.
- Українське суспільство 1992–2009. Соціологічний моніторинг / за ред. Ворони В.М., Шульги М.О. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2009.
- Тэрнер В. Символ и ритуал / Тэрнер В. — М., 1983.
- Щепанская Т.Б. Символика молодежной субкультуры: Опыт этнографического исследования системы: 1986–1989 гг. / Щепанская Т.Б. — СПб. : Наука, 1993.
- Щепанская Т.Б. Традиции городских субкультур / Щепанская Т.Б. // Современный городской фольклор. — М. : РГГУ, 2003.
- Эмо и готы разрушают культурную самоидентичность российского народа [Электронный ресурс] // Официальный сайт партии «Единая Россия» (2008). — Режим доступа : [edinros.ru/text.shtml?4/2106.\[rbrid\]](http://edinros.ru/text.shtml?4/2106.[rbrid]).

Ядов В.А. Социальный ресурс индивидов и групп как их капитал: возможность применения универсальной методологии исследования реального расслоения в российском обществе / Ядов В.А. // Кто и куда стремится вести Россию?... Акторы макро-, мезо- и микроуровней современного трансформационного процесса. — М. : МВШСЭН, 2001.

Barth F. Introduction / Barth F. // *Ethnic Groups and Boundaries. The Social Organisation of Culture Differences* / Ed. by F. Barth Bergen. — Oslo ; London: Universitets Forlaget, 1969.

Brake M. Comparative Youth Culture. The Sociology of Youth Culture and Youth Subculture in America, Britain and Canada / *Brake M.* — London : Routledge & Kegan Paul, 1985.

Cohen A.K. Delinquent Boys. The Culture of the Gang/ Cohen A.K. — N.Y. : Free Press, 1955.

Cloward R. Delinquency and Opportunity / R. Cloward, L. Ohlin — N.Y. : Free Press, 1960.

Douglas M. Implicit Meanings: Essays in Anthropology / Douglas M. — London : Routledge & Kegan Paul, 1975.

Eisenstadt S.H. From Generation to Generation: Age Groups and Social Structure / Eisenstadt S.H. — Glencoe, Illinois: Free Press, 1956.

Feuer L.S. The Conflict of Generations. The Character and Significance of Student Movement / Feuer L.S. — N. Y. : Basic Books, 1969.

Frith S. The Sociology of Youth / Frith S. — London : Open University Press, 1984.

Glazer N. Beyond the Melting Pot: The Negroes, Puerto Ricans, Jews, Italians, and Irish of New York City / N. Glazer, D. Moynihan. — 2nd ed. — Cambridge, MA : MIT Press, 1970.

Hall S. Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain / S. Hall, T. Jefferson. — London : Hutchinson, 1976.

Parsons T. Youth in the context of American society / Parsons T. // The challenge of youth Ed. E.N. Erikson. — N.Y., 1965.

Pilkington H. Russia's Youth and its Culture. A Nation's Constructors and Constructed / Pilkington H. — London ; N. Y. : Routledge, 1994.

Van den Berghe P.L. The Ethnic Phenomenon / Van den Berghe P.L. — N.Y. ; Oxford, 1981.

Whyte William Foote. 1943. *Street Corner Society: The Social Structure of an Italian Slum.* —Chicago : University of Chicago Press.

Youth culture in late modernity. 1995. Edited by *Johan Fornas* and *Goran Bolin.* Sage Publications, London.

Розділ III

Бекешкіна І. Испит для демократії / Бекешкіна І. // Українське суспільство 1992–2009 : соціологічний моніторинг. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2009.

Бекешкіна І. Члени громадських організацій як особлива соціальна група / Бекешкіна І. // Українське суспільство 1992–2008 : соціологічний моніторинг. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2008. — С. 382–395.

Большой город [Электронный ресурс]. — 1 дек. 2006. — Режим доступа : <http://www.bg.ru/article/6273/>.

Бурдые П. О телевидении и журналистике / П. Бурдые. — М. : Прагматика культуры, 2002.

Гламур [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org>.

Вишняк О. Динаміка мовної ситуації в Україні / Вишняк О. // Українське суспільство 1992–2007. Динаміка соціальних змін / за ред. д-ра екон. наук В. Ворони, д-ра соц. наук М. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАНУ, 2007.

Головаха Є. Соціальні зміни в Україні та Європі (за результатами «Європейського соціального дослідження» 2005–2007 рр.) / Є. Головаха, А. Горбачик. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2008.

Головаха Є. Суспільство, що трансформується. Досвід соціологічного моніторингу в Україні / Головаха Є. — К. : Фонд «Демократичні ініціативи» : Ін-т соціології НАН України, 1997.

Головаха Є. Україна та Європа: результати міжнародного порівняльного соціологічного дослідження / Головаха Є., Горбачик А., Паніна Н. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2006.

Гумбрехт Х.У. В 1926 году: на острие времени / Гумбрехт Х.У. — М. : Новое литературное обозрение, 2005.

Дашевская И. Рынок массмедиа в России: реалии и тенденции [Электронный ресурс] / Дашевская И. — Дата обращения январь, 2007. URL. — Режим доступа : <http://www.advertology.ru>.

Дубин Б. Медиа постсоветской эпохи: изменение установок, функций, оценок / Б. Дубин // Вестник общественного мнения. — 2005б. — 2 (76). — С. 22–29.

Дубин Б. Посторонние: власть, масса и массмедиа в современной России [Электронный ресурс] / Дубин Б. // Отечественные записки. — 2005а. — № 6. — Дата обращения 11.02.2009. URL. — Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/oz>.

Здіорук С.І. Суспільно-релігійні відносини: виклики Україні ХХІ століття : [монографія] / С.І. Здіорук. — К. : Знання України, 2005. — 552 с.

Кононов І. Донбас і Галичина в регіональній системі України / І. Кононов, С. Хобта, С. Щудло // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 3.

Коржов Г. Регіональна ідентичність Донбасу: генеза і тенденції розвитку в умовах суспільної трансформації / Коржов Г. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 4.

Костенко Н. Национальные аудитории медиа в сравнении / Костенко Н. // Украинское общество в европейском пространстве / под ред. Е. Головахи, С. Макеева. — К. : Ін-т соціології НАНУ : Харьк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна, 2007. — С. 174–204.

Костенко Н. Політичний кредит довіри українським медіа / Костенко Н. // Українське суспільство 1994–2005. Динаміка соціальних змін ; за ред. В. Ворони, М. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2005. — С. 78–86.

- Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід / Лалл Дж. — К. : К.І.С., 2002.
- Луман Н. Медіа комунікації / Луман Н. — М. : Логос, 2005.
- Макеєв С. Регіональна специфікація соціокультурних відмінностей в Україні / С. Макеєв, А. Патракова // Культура — суспільство — особистість : навч. посіб. — К. : Ін-т соціології НАНУ, 2006.
- Маслоу А.Г. Новые рубежи человеческой природы / Маслоу А.Г. — М., 1999.
- Мень А. Быть христианином / Мень А. — М. : Протестант, 1994. — 32 с.
- Національна безпека і оборона. — 2002. — № 10.
- Политическая культура населения Украины / Ю.Н. Пахомов, Е.И. Головаха. — К. : Наук. думка. — 1993.
- Религия и общество. Хрестоматия по социологии религии. — М. : Аспект Пресс, 1996. — 775 с.
- Рудова Л. Гламур и постсоветский человек / Л. Рудова. // Неприкосновенный запас. — 2009. — № 6 (68).
- Ручка А. Варіації національно-просторових ідентичностей / Ручка А. // Соціокультурні ідентичності та практики / за ред. А. Ручки. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2002а.
- Ручка А. «Свої» та «чужі» в багатоскладовому суспільстві / Ручка А. // Соціокультурні ідентичності та практики / за ред. А. Ручки. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2002б.
- Ручка А. Медіа і глобальна культура: контекст сучасності // Медіа, Демократія. Культура / За ред. Н.Костенко, А.Ручки. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2008.
- Середа В. Регіональні виміри українського соціуму: історичне минуле і національні ідентичності / В. Середа // Агора. Україна — регіональний вимір. Вип. 3. — К. : Стило, 2006.
- Синелина Ю.Ю. Динаміка процесів воцерковлення православних / Синелина Ю.Ю. // Социс. — 2006. — № 11. — С. 89–97.
- Смирнов И. TV в силовом поле культуры. Некролог [Электронный ресурс] / И. Смирнов // Критическая масса. — 2005. — № 2. Дата обращения 11.02.2009. URL. — Режим доступа : <http://www.magazines.russ.ru/km>.
- Стегній О. Регіональний чинник розвитку політичної культури України / Стегній О. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2005. — №3.
- Українське суспільство 1992–2007. Динаміка соціальних змін / за ред. д-ра екон. наук В. Ворони, д-ра соц. наук М. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАНУ, 2007.
- Українське суспільство 1992–2008. Динаміка соціальних змін / за ред. д-ра екон. наук В. Ворони, д-ра соц. наук М. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАНУ, 2008.
- Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін / за ред. д-ра екон. наук В. Ворони, д-ра соц. наук М. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАНУ, 2009.

Хабермас Ю. Первым почують важное. Благодарственная речь по случаю вручения Премии им. Бруно Крайски [Электронный ресурс] / Ю. Хабермас // Неприкосновенный запас. — 2006. — № 3 (47). Дата обращения 11.02.2009. URL. — Режим доступа : <http://www.magazines.russ.ru/nz>.

Шохина В. Гламур без берегов / Шохина В. // НГ. — 2006. — 23 декаб. — С. 8.

Шульга М. Суржик у мовному просторі: самооцінки респондентів / Шульга М. / Українське суспільство 1992–2007. Динаміка соціальних змін за ред. д-ра екон. наук В. Ворони, д-ра соц. наук М. Шульги. — К. : Ін-т соціології НАНУ, 2007.

Almond G.A. Political Development: Essays in Heuristic Theory / Almond G.A. — Boston, 1970.

Appadurai A. Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization / Appadurai Arjun. — Minneapolis : University of Minnesota Press, 1996.

Coromina L. The Quality of the Measurement of Interest in Political Issues in the Media in the ESS [Electronic resource] / L. Coromina, W. Saris, D. Oberski // Paper presented at 12th meeting of the ESS Scientific Advisory Board. — 15–16 November 2007, Madrid, Spain. — Дата обращения 11.02.2009. URL. — Mode of access : <http://www.europeansocialsurvey.org>.

Dahl R.A. Democracy and Its Critics / Dahl R.A. — New Haven, 1989. — P. 218.

Elvestad E. Newspaper Readers in Europe: A Multilevel Study of Individual and National Differences / E. Elvestad, A. Blekesaune // European Journal of Communication. — 2008. — № 23. — P. 425–447.

Hallin D.C. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics / D.C. Hallin, P. Mancini. — Cambridge : Cambridge University Press, 2004.

Holton R. Globalization's Cultural Consequences / Holton R. // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. — 2000. — Vol. 570. — № 1.

Linz J. Problems of Democratic Transition and Consolidation. Southern Europe, South America, and Post-Communist Europe / Linz J., Stepan A. — Baltimore : John Hopkins University Press, 1996.

McLuhan M. Understanding media: the extensions of man / McLuhan M. — Cambridge ; Massachusetts : The MIT Press, 1995.

Наукове видання

**СУБКУЛЬТУРНА ВАРІАТИВНІСТЬ
УКРАЇНСЬКОГО СОЦІУМУ**

(українською мовою)

Авторський колектив:

Л.Аза, І.Бекешкіна, О.Вишняк, О.Злобіна, Н.Костенко,
А.Ручка, Л.Рязанова, Н.Соболева, Л.Скокова, Р.Шульга

Відповідальна за випуск *Т.Загороднюк*
Редактор *С.Іващенко*
Коректор *Л.Тютюник*
Комп'ютерна верстка *О.Соколова*

Підписано до друку 06.09.2010 р. Формат 60x84¹/16. Папір офс. № 1.
Друк офсетний. Ум.др.арк. 18. 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.)