

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ЛІНЦОВА НАДІЯ ЮРІЇВНА

УДК 366.1: [316.343.64 + 316.728]

ДИСЕРТАЦІЯ
СПОЖИВАННЯ В СТИЛІ ЖИТТЯ МЕШКАНЦІВ СІЛ
22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело Н.Ю. Лінцова

Науковий консультант Злобіна Олена Геннадіївна, доктор соціологічних наук,
професор

Київ – 2021

АНОТАЦІЯ

Лінцова Н.Ю. Споживання в стилі життя сільських мешканців. – Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології. – Інститут соціології НАН України, Київ, 2021.

Дисертація присвячена розробленню конструкту стилю споживання як показника трансформації сучасного стилю життя сільських мешканців та емпіричній експлікації основних стилів споживання мешканців сіл.

Актуальність проблеми аргументована трансформаціями в сучасному сільському способі життя, які приводять до зростання варіативності стилів життя й урізноманітнення стилів споживання. У роботі відстоюється ідея, що динамічні соціальні перетворення всередині сільського соціального світу останніх десятиріч призвели до появи нових, зникнення старих та трансформації існуючих стилів споживання. Докорінні зміни в сучасному сільському способі життя, стилях життя і стилях споживання потребують суттєвого переосмислення ключових дослідницьких категорій, зокрема уточнення змісту категорії сільського способу життя та опису сучасних тенденцій.

Обґрунтовано, що використання конструкту стиль споживання як показника трансформації сучасного стилю життя сільських спільнот створює теоретичні і практичні виклики, розв'язанню яких присвячена дисертаційна робота.

Проведено огляд теоретико-методологічних підходів до аналізу стилів життя в соціологічній традиції і здійснено контекстуальний аналіз категорії споживання, яке розглядається як комплексний, одночасно економічний, соціальний і культурний феномен.

Окреслено концептуальні засади соціологічних досліджень сільських спільнот (дихотомія сільського й міського) та проведено аналіз доробку радянської, американської і вітчизняної соціології села й монографічного напрямку в дослідженні спільнот.

Розглянуто роботи з проблематики змін в українському сільському соціальному світі, проведено аналіз існуючих досліджень і виявлено, що, з одного боку, в українській соціології існує досить потужна емпірична база загальнонаціональних опитувань, у межах яких село тлумачиться як номінальна група, тобто в межах вибіркової сукупності репрезентовано сільський тип населених пунктів, і ці дані використовувалися для порівняльного аналізу і для пошуку відмінностей між селом і містом загалом. З іншого боку, за переліком індикаторів жодне розглянуте дослідження окремо і всі вони в цілому не дали можливості отримати підтвердження або спростування гіпотез про особливості сільського способу життя, стилю життя і стилю споживання. Статистичні відомості щодо сільського населення, на жаль, також не надають достовірної інформації, оскільки більшість сільських мешканців досягають добробуту прихованими від статистичних досліджень методами і діють переважно в межах експолярної економіки, займаючись неофіційними видами господарської діяльності (натуральне виробництво, робота в особистих підсобних господарствах, заробітчанство).

Виявлено брак досвіду спеціалізованих емпіричних досліджень сільського способу життя села та емпіричних досліджень стилів споживання мешканців українських сіл. Сучасна ситуація є досить складною й суперечливою для вивчення сільського способу життя, стилю життя та стилю споживання. Ці категорії не відтворюються ані офіційними джерелами статистики, ані соціологічними дослідженнями. Тому вивчення структури витрат, специфічних практик і власне стилів сільського споживання є важливими елементами дослідження повсякденного, практичного виміру трансформацій українського села.

Проведено уточнення показників стилю відповідно до об'єкта їх прояву, доведено, що аналіз стилю споживання, зокрема, може здійснюватися з фокусуванням на витратах і структурі споживання (соціоструктурний вимір стилів споживання) або з урахуванням змісту того, що споживається (соціокультурний вимір).

Обґрунтовано використання категорії габітусного споживання для аналізу споживання мешканців села й акцентується на тому, що дослідження стилю

споживання мешканців сіл потребує врахування соціокультурної й економічної реальності села, щоразу вимагає розкривати контекст і досліджувати сільську повсякденність із характерним для неї світом споживчих практик і стилів.

Операціоналізовано зміст поняття сільського способу життя та проведено змістовну структуруацію показників сільського способу життя, побудовано систему індикаторів власне сільського способу життя в координатах змісту (змістовні характеристики практик), динаміки (динаміка повсякденної активності) і сенсу (суб'єктивні оцінки способу життя). Виокремлено аграрний, неаграрний та проміжний (комбінований) способи життя, які безпосередньо пов'язані з формами зайнятості.

Розглянуто сільський стиль життя у його культуральному й габітуальному вимірах та уточнено зміст габітуального виміру стилів життя відповідно до об'єкта дослідження – сільських мешканців. Обґрунтовується, що габітуальні характеристики споживання сільських мешканців прямо пов'язані з характером праці на землі та ставленням сільських мешканців до землі. Виокремлені й описані габітуси сільського стилю життя: «на землі», «біля землі», «від землі» і «до землі» та уточнена специфіка споживання сільських мешканців у межах кожного габітусу.

Виокремлено і проілюстровано стилі споживання сільських мешканців у межах габітуальної моделі «на землі» (габітус постійного зв'язку з землею, характерний для селян, які залежать від результатів роботи на землі). Виділяємо шість стилів сільського споживання селян: 1) стиль споживання фермерів, 2) стиль споживання родин, які ведуть товарне особисте селянське господарство (ОСГ), 3) стиль споживання керівників агровиробництв, 4) стиль споживання найманих працівників, 5) стиль споживання сезонних сільськогосподарських робітників, 6) стиль споживання родин, які ведуть ОСГ для особистих потреб.

У межах другого габітусу «біля землі» виділено та описано інші шість стилів споживання сільських мешканців: 1) стиль споживання сільської інтелігенції і службовців, 2) стиль споживання мятникових трудових мігрантів, 3) стиль споживання міських селян, 4) стиль споживання родин заробітчанин, 5) стиль

споживання підприємців у сфері послуг і торгівлі на селі, б) стиль споживання пенсіонерів.

Окрім дванадцяти габітуально стабільних стилів, обумовлених специфікою способу життя, окреслені також стилі споживання сільських мешканців, які ведуть сільський спосіб життя фрагментарно і проявляють себе в сільській спільноті лише частково. Ми визначаємо їх через проживання в сільському населеному пункті, проте практики споживання частіше розгортаються в просторі міста. Частіше це ті, хто прагне поїхати із села, проте поки що остаточно не покинули село і змушені туди періодично повертатися (наприклад, сільська молодь, яка має досвід заробітчанства чи орієнтована на виїзд із села; частково – маятникові трудові мігранти до міст; сільські студенти, які навчаються в місті, тощо).

Характерний для цього габітус отримав назву «від землі» (земля заперечується як цінність, робота на землі сприймається як «низька», сільські практики споживання заперечуються, смаки сільського споживання сприймаються як низькі, «селяківські»), і він властивий насамперед сільським мешканцям, які мають досвід тривалих запозичень і наслідувань міських стилів.

Габітус «до землі» введено як четвертий, окремий для випадків презентації стилю споживання дачників, містян, дауншифтерів та інших «диваків із міста» тощо, хто може тривалий час мешкати в селі й демонструвати бажання наблизитися до «сільського» як до кращого. Практики тут лише зовні схожі на сільські, оскільки відтворюються через просте запозичення і копіювання моделей сільського споживання, але переважно не відтворюють сільськогосподарських циклів виробництва.

Перевірити, чи діють запропоновані моделі в сільському соціальному просторі, було вирішено із використанням феноменологічного підходу. Матеріали авторського емпіричного дослідження з використанням якісної методології і процедур збору даних, зокрема методу фокус-групових дискусій (ФГД), дали можливість побачити реальні практики і стилі споживання, виявити специфічно сільські їхні властивості та дізнатися про той практичний зміст, який вкладають селяни у стиль споживання.

Основне емпіричне дослідження стилю споживання і способу життя сільських мешканців тривало протягом п'яти років і складалося з трьох періодів/етапів збору даних. Перший етап тривав у січні–лютому 2014 року і складався із п'яти фокус-групових дискусій; другий період – у лютому 2017 року, обсяг робіт склав чотири ФГД. Під час третього періоду в червні 2019 року було проведено одну ФГД. Влітку 2020 року з метою актуалізації даних про трансформації сільського споживання, зокрема у зв'язку з питанням про ставлення селян до зняття мораторію на продаж землі та вплив пандемії коронавірусу на споживчі практики, було проведено завершальну, десяту фокус-групову дискусію.

Географія дослідження представила п'ять регіонів України: Центр, Схід, Захід, Південь і Північ, а також різні типи сільських населених пунктів – від хутора до райцентру. У межах кожної області було відібрано кейси типових сіл. Відбір села враховував не тільки (і не стільки) розмір сільського населеного пункту, скільки його функціональне значення і специфіку зайнятості населення.

Загалом протягом 2014–2020 рр. зібрано кейси таких десяти сільських населених пунктів:

1. Центр, Полтавська область, Новосанжарський район, село Дубина (за кількістю населення (536 осіб) – це середнє село; пересічне село за ієрархічним рівнем). Польові роботи проведено в серпні 2017 року.

2. Центр, Полтавська область, Новосанжарський район, село Ключівка (мале село, хутір за ієрархічним рівнем, 451 особа). Польові роботи відбулися в лютому 2014 року.

3. Центр, Вінницька область, Калинівський район, село Корделівка (велике центральне село, 2902 особи). Польові роботи проведено в червні 2017 року.

4. Схід, Запорізька область, Мелітопольський район, село Мирне (велике село, кущовий центр, 2957 осіб). Польові роботи проведено в лютому 2014 року.

5. Схід, Запорізька область, Мелітопольський район, село Терпіння (велике за кількістю населення та центральне за ієрархічним рівнем село, населення становить 4854 особи). Польові роботи проведено в червні 2017 року.

6. Захід, Івано-Франківська область, Тисменицький район, село Старий Лисець (велике центральне село, 3795 осіб). Польові роботи проведено в лютому 2014 року.

7. Південь, Миколаївська область, Вознесенський район, село Олександрівка (велике за кількістю населення; за ієрархічним рівнем – кущовий центр, 6063 мешканці). Польові роботи проведено в лютому 2014 року.

8. Північ, Житомирська область, Баранівський район, село Довбиш (велике центральне село, 4571 особа). Польові роботи проведено 24 лютого 2014 року.

9. Північ, Чернігівська область, Носівський район, село Ставок (мале село, хутір, 247 мешканців). Польові роботи проведено 29 червня 2019 року.

10. Північ, Чернігівська область, Носівський район, село Яблунівка (пересічне село, 341 особа). Польові роботи проведено 28 серпня 2020 року.

Специфіка сільського споживання в межах кожного кейсу села розглянута з урахуванням ресурсу сільської спільноти, трудових практик і джерел доходів респондентів. Доведено, що розвиток стилю споживання, його ускладнення й механізми прояву безпосередньо пов'язані з життєвими можливостями і наявними ресурсами для забезпечення потреб, які, своєю чергою, визначаються конфігурацією ринку праці та соціально-економічною ситуацією в досліджуваних кейсах сіл.

У результаті емпіричного дослідження була здійснена операціоналізація концепту стилю сільського споживання та запропоновано комплексний підхід до моделювання стилів сільського споживання на основі таких показників: 1) сільський спосіб життя (аграрний, перехідний та неаграрний); 2) ресурс для здійснення стилю споживання (високий, середній, низький); 3) габітус сільського життя («на землі», «біля землі», «від землі», «до землі»); 4) орієнтація у споживанні (координати VALS та VALS-2); 5) типологія стилів споживання (насичений тип сільського споживання, розвинений тип сільського споживання, дефіцитарний тип сільського споживання, нерозвинений тип сільського споживання).

На перетині теоретичних моделей та практичних кейсів стилів розглянуті практики споживання в сучасному українському селі, як у контексті різних способів життя селян, так і в межах простору споживання села і міста.

На основі історичної ретроспективи стилів споживання мешканців сіл на прикладі кейсу села Терпіння (1968, 2014, 2019 рр.) доведено перехід від моностилізму й дефіцитарності радянського сільського споживання до сучасного полістилізму стилів споживання сільських мешканців.

Ключові слова: сільський спосіб життя, споживання сільських мешканців, стилі споживання мешканців сіл, сільський габітус, споживчі практики, форми зайнятості сільських мешканців.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Лінцова Н.Ю. Специфіка споживання в умовах сільського способу життя. *Грані: науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах*. 2012. № 12. С. 83–87.
2. Лінцова Н. Категорія споживання: контекстуальний аналіз. *Соціальні виміри суспільства: збірник наукових праць*. 2013. № 5 (16). С. 380–391.
3. Лінцова Н.Ю. Ціннісні орієнтації українських селян в умовах соціокультурних трансформацій. *Соціальні виміри суспільства: збірник наукових праць*. 2014. № 6 (17). С. 241–252.
4. Лінцова Н.Ю. Форми трудової поведінки селян: результати соціологічного дослідження сільського способу життя. *Грані*. 2014. № 8. С. 69–76.
5. Лінцова Н.Ю. Диференціація сільських стилів життя в умовах соціальних трансформацій. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*. 2016. Вип. 36. С. 68–74.
6. Лінцова Н. Зміни у способі життя та стилі споживання селян (кейс сіл Терпіння та Мирне). *Соціальні виміри суспільства: збірник наукових праць*. 2019. № 11 (22). С. 383–401.

Статті в іноземних виданнях:

7. Линцова Н.Ю. Модели стилей потребления в трансформирующихся обществах. *Социологический альманах: сборник научных статей* / Институт социологии НАН Беларуси; под ред. И.В. Котлярова [и др.]. Минск, 2014. Вып. 5. С. 197–205.
8. Лінцова Н.Ю. Трансформація українських селян: сільський спосіб життя і форми трудової поведінки. *Polska i Ukraina w dobie transformacji. Współpraca transgraniczna, innowacje, edukacja i rozwój społeczno-gospodarczy*. Пшемишль, 2014. С. 129–141.

Тези наукових доповідей:

9. Линцова Н.Ю. Специфика потребления сельских жителей. *Потребление как коммуникация: люди и вещи*: VIII Всероссийская научная конференция. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет социологии, 2012. С. 38–39.
10. Лінцова Н.Ю. Особливості стильової регуляції мешканців сіл. *Соціологія та суспільство: взаємодія в умовах кризи*. II Конгрес САУ: тези доповідей, (Харків, 17–19 жовтня 2013 р.). Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. С. 109–110.
11. Лінцова Н.Ю. Досвід дослідження сільського споживання: специфіка повсякденних практик. *Нові нерівності – нові конфлікти: шляхи подолання*. III конгрес соціологічної асоціації України: тези доповідей та виступів учасників (Харків, 12–13 жовтня 2017 р.). Харків, 2017. С. 403–404.
12. Лінцова Н.Ю. Якісна стратегія емпіричного дослідження стилю споживання і способу життя сільських мешканців 2012–2018 рр. *Проблеми розвитку соціологічної теорії: Модернізація суспільства та соціальні технології*: XV Міжнародна науково-практична конференція. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Факультет соціології, 2018. С. 270–271.

ANNOTATION

Lintsova N.Y. Consumption in the lifestyle of rural residents. – Manuscript. Thesis for a Candidate's degree in sociological sciences on a specialty 22.00.04 – special and branch sociologies. – Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, 2021.

The dissertation is devoted to the development of a construct of consumption style as an indicator of modern lifestyle transformation among rural residents with empirical explication of common consumption styles of rural residents.

The relevance of the problem is stipulated by transformations in modern rural lifestyle, which lead to an increase in variability of lifestyles and diversification of consumption styles. The thesis advocates that the dynamic social transformations within rural social world in recent decades have led to emergence of new ones, disappearance of old ones and transformation of existing consumption lifestyles. Fundamental changes in modern rural lifestyle, ways of life and consumption styles require a meaningful reevaluation of principal research categories, specifically elucidation of the content of rural lifestyle category and delineation of modern tendencies.

It is established that application of the consumption style construct as an indicator of transformation of rural communities' modern lifestyle creates theoretical a practical challenges, to resolution of which the dissertation is devoted.

A review of theoretical and methodological approaches to analysis of lifestyles in sociological tradition was conducted and a contextual analysis of the consumption category, which is regarded as a complex, simultaneously economic, social and cultural phenomenon.

The conceptual grounds of rural communities' (the rural-urban dichotomy) sociological research are outlined and the analysis of existing Soviet, American and homeland accomplishments in the area of rural sociology and monograph community studies.

The works on Ukrainian rural social world transformation issue were examined, an analysis of existing studies was carried out and it was uncovered that, on the one hand, Ukrainian sociology has a powerful empirical base of national surveys, within limits of

which, village is viewed as a nominal group, whereas rural type of settlements is represented within a sample size, and this data is used in comparative analysis and to seek out differences between village and city in general. On the other hand, according to the list of indicators, none of the reviewed studies separately and all of them together as a whole didn't produce an opportunity to confirm or refute hypotheses about peculiarities of rural lifestyle, way of life, and consumption style.

Statistical data on the rural populace, unfortunately, also doesn't provides reliable information, because majority of rural population reach economic well-being with means hidden from statistical studies and act within limits of informal (expolar) economy, engaging in informal economic activities (subsistence agriculture, self-employment, zarobitchanstvo (a Ukraine – specific term that constitutes both external and internal, both skilled and unskilled, and both formal and informal labor migration, that can be condensed to 'earnings made away from home')).

A lack of experience in specialized empirical research on the rural village lifestyle and empirical research on Ukrainian villagers' consumption styles was uncovered. The current situation is quite difficult and controversial for the study of rural lifestyle, way of life, and consumption style. These categories are reproduced neither by official sources of statistical data, nor by sociological research. To that end, the study of structure of expenditures, specific practices and actual rural consumption styles are important elements of day-to-day, practical realm of Ukrainian rural transformations.

The style indicators were refined in accordance with the object of their manifestation and it was proven that the consumption style analysis, in particular, can be conducted with focus on expenditures and consumption structure (socio-sctructural dimension of consumption styles) or with taking into account content of the consumption (socio-cultural dimension).

The use of the habitual consumption category for rural residents' consumption analysis is substantiated and is emphasized on the need of rural residents' consumption style study to take village's socio-cultural and economical realities into account, which outright requires to open the context and to study everyday rural life with it's distinctive world of consumer practices and styles.

The content of rural way of life concept was operationalized and meaningful structuration of rural way of life indicators, a system of indicators of rural way of life within content coordinates (meaningful characteristics of practices), dynamics (day-to-day activity dynamics) and sense (subjective evaluations of lifestyle).

There are agrarian, non-agrarian and interim (combined) lifestyles that are directly related to forms of employment.

The rural lifestyle was examined in its cultural and habitual dimensions and the habitual dimension's lifestyles content was clarified according to object of study – rural residents. The thesis argues that habitual characteristics of rural residents' consumption are directly connected to work's nature on the ground and rural residents' opinion on soil. The habituses of rural lifestyle are described and outlined as: “on the ground”, “near the ground”, “from the ground” and “to the ground” and rural residents' consumption specifics was clarified within the limits of each habitus.

The following rural residents' consumption styles within habitual model “on the ground” (constant connection with the land, distinctive for villagers, who depend on their work on the ground) are picked out and illustrated. Six rural residents' consumption styles are outlined: 1) farmer consumption style, 2) consumption style of families, who run a personal peasant farm (OSG), 3) agricultural production managers' consumption style, 4) hired labor consumption style, 5) seasonal agricultural labor consumption style, 6) consumption style of families, who run an OSG, for personal needs.

Within the limits of second habitus "near the ground", six other rural residents' consumption styles are identified and delineated: 1) rural intellectuals' and officials' consumption style, 2) pendulum labor migrants' consumption style, 3) urban peasants' consumption style, 4) migrant families' consumption style, 5) services and goods rural entrepreneurs' consumption style, 6) pensioner's consumption style.

In addition to the twelve habitually stable styles conditioned by lifestyle specifics, rural residents who lead a fragmentary rural lifestyle consumption styles, and manifest themselves in the rural community only partially are also outlined. We determine them through their living in a rural settlement, whereas their consumption practices are more often developed in urban areas. More often it's those, who wish to leave the village, but have not

yet entirely left the village and are forced to return periodically (for example, rural youth with labor experience or who are focused on leaving the village; partially – pendulum migrant city workers; rural students, who study in the city, etc.).

The proper for such situation habitus is called “from the ground” (land is rejected as a value, working on the ground is viewed as “low”, rural consumption practices are rejected, rural consumption tastes are perceived as inferior, “Selyuk”) and it is inherent primarily to rural residents, who have experience in extensive borrowing and urban styles’ imitation.

The “to the ground” habitus is introduced as the fourth, separate for the cases of presentation of consumption style of cottagers’, townspeople, downshiffters and other “weirdos from the city” and others who can live in village for long periods of time and demonstrate desire to view “rural” as superior lifestyle. Here practices are only externally similar to rural ones, as they are reproduced through simple borrowing and copying of rural consumption patterns, but mostly they do not recreate agricultural production cycles.

It was decided to test whether the proposed models work in the rural social space through application of the phenomenological approach. The materials of author's empirical study with utilization of qualitative methodology and data collection procedures, in particular the focus group discussion method (FGD), provided an opportunity to witness real practices and consumption styles, identify their specific rural properties and learn about the practical sense of peasants invest in their consumption style.

The main empirical study of the rural residents’ way of life and lifestyle lasted five years and consisted of three data collection periods/stages. The first phase lasted from January to February 2014 and consisted of five focus group discussions; the second period – in February 2017, the work volume amounted to four FGDs. During the third period in June 2019, one FGD was held. In the summer of 2020, a final, tenth focus group discussion was held to update the data on transformation of rural consumption, in particular on the attitude of farmers to lifting the moratorium on land sales and the impact of the coronavirus pandemic on consumer practices.

The geography of the study consisted of five regions of Ukraine: Center, East, West, South and North, as well as different types of rural settlements – from village to a district center. Cases of typical villages were selected within each oblast. The selection of the village

took into account not only (and not so much) the size of the rural settlement, but also its functional significance and the specifics of its residents' occupation.

In general, during 2014–2020, cases of the following ten rural settlements were collected:

1. Center, Poltava region, Novosanzharsky district, Dubyna village (by population (536 people) - a medium-sized village; an average village by hierarchical level). Field work was carried out in August 2017.
2. Center, Poltava region, Novosanzharsky district, Klyusivka village (small village, hamlet by hierarchical level, 451 people). Field work done in February 2014
3. Center, Vinnytsia region, Kalinov district, Kordelivka village (large central village, 2902 people). Field work was carried out in June 2017.
4. East, Zaporizhia region, Melitopol district, the village of Myrne (large village, bush center, 2957 people). Field work conducted in February 2014.
5. East, Zaporizhia region, Melitopol district, Terpinia village (large in population and central in hierarchical level, population is 4854 people). Field work was carried out in June 2017.
6. West, Ivano-Frankivsk region, Tysmenytsia district, the village of Stary Lysets (large central village, 3795 people). Field work was carried out in February 2014.
7. South, Mykolayiv region, Voznesensky district, Oleksandrivka village (large in population; in hierarchical level – bush center, 6063 inhabitants). Field work was carried out in February 2014.
8. North, Zhytomyr region, Baranivskyi district, Dovbysh village (large central village, 4571 people). Field work was carried out on February 24, 2014.
9. North, Chernihiv region, Nosiv district, Stavok village (small village, hamlet, 247 inhabitants). Field work was carried out on June 29, 2019.
10. North, Chernihiv region, Nosiv district, Yablunivka village (average village, 341 people). Field work was carried out on August 28, 2020.

The specificity of rural consumption, within each village's case, is examined with rural community's resources, labor practices and respondents' sources of income being taken into account. It is substantiated that development of consumption style, its complications

and mechanisms of manifestation are directly related to life opportunities and available resources to satisfy needs, which, in turn, are determined by configuration of labor market and socio-economic situation in the observed villages.

As a result of empirical study, operationalization of rural consumption style concept was conducted and a comprehensive method of rural consumption style modeling was proposed on the basis of such indicators, as: 1) rural way of life (agricultural, transitional and non-agricultural); 2) resource for the implementation of consumption style (high, medium, low); 3) the rural life's habitus ("on the ground", "near the ground", "from the ground", "to the ground"); 4) orientation in consumption (coordinates VALS and VALS-2); 5) typology of consumption styles (satiated type of rural consumption, developed type of rural consumption, deficient type of rural consumption, undeveloped type of rural consumption).

At the intersection of theoretical models and styles of practical cases, modern Ukrainian village's consumption practices are considered, simultaneously in the context of peasants' different lifestyles and within village's and the city's space of consumption.

Based on the historical retrospective of villagers' consumption styles on the example of Terpinia village case (1968, 2014, 2019) the transition from monostylism and scarcity of Soviet rural consumption to modern polystylism of consumption styles of villagers is deemed proven.

Key words: rural lifestyle, rural residents' consumption, rural residents' consumption styles, rural habitus, consumer practices, forms of employment of rural residents.

ЗМІСТ

ВСТУП	17
Розділ 1. Теоретичне розроблення стилів життя і стилів споживання сільських мешканців	24
1.1. Теоретико-методологічні підходи до аналізу стилів життя в соціологічній традиції	24
1.2. Контекстуальний аналіз категорії споживання	31
1.3. Моделі стилів споживання для суспільств, які трансформуються	39
Розділ 2. Спосіб і стиль життя сільських спільнот	49
2.1. Концептуальні засади соціологічних досліджень сільських спільнот	49
2.2. Показники сільського способу життя.....	63
2.3. Сільський стиль життя: культуральний та габітуальний виміри.....	79
2.4. Операціоналізація моделі стилів споживання сільських мешканців	92
Розділ 3. Стили споживання сільських мешканців	105
3.1. Програма емпіричного дослідження	105
3.2. Стиль споживання сільських мешканців: перехід від моностилізму до полістилізму.....	114
3.3. Чинники, що визначають специфіку сільського споживання	127
3.3.1. Ресурси сільської спільноти.....	127
3.3.2. Ресурси селян: трудові практики та джерела доходів	134
3.4. Практики споживання в сучасному українському селі	147
3.4.1. Простір споживання в селі.....	147
3.4.2. Простір споживання в місті	154
3.4.3. Практики культурного споживання	162
3.5. На перетині теоретичних моделей та практичних кейсів: стилі споживання в контексті різних способів життя селян.....	169
ВИСНОВКИ	183
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	186
Додаток 1. Гайд для проведення фокус-групової дискусії.....	205
Додаток 2. Звідна таблиця з характеристиками ресурсів досліджуваних сіл.....	218
Додаток 3. Приклад записки модератора за підсумками ФГД	228

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Спостереження за глобальними процесами модернізації показують, що споживчі революції тією чи іншою мірою відбуваються в усіх країнах, які трансформуються, незалежно від географії, культурних і навіть політичних чинників. Трансформації в соціальному, економічному і культурному житті України приводять до докорінних змін у сучасному способі життя. Зростає варіативність стилів життя, а разом з цим і різноманітність стилів споживання. Проте всі спостереження за змінами в стилізації відбуваються через аналіз практик і поведінки мешканців міст; мешканці ж сіл, хоча і становлять третину населення України, традиційно сприймаються як гомогенна група, зосереджена на проблемі виживання і позбавлена доступу до простору стилів. До того ж ця група є важкодоступною для вивчення інструментами прикладних соціологічних досліджень.

Зміни сільського способу життя зумовлюються насамперед переходом до багатоукладної експліцитної сільської економіки з комбінацією звичних і нових форм зайнятості. Традиційно сільський спосіб життя визначався дослідниками як монолітний з огляду на специфіку зайнятості у сільськогосподарському виробництві, але за умов сучасного стану аграрного сектору сільське господарство повною мірою вже не забезпечує селян роботою. Поширення нових форм зайнятості (підприємництва, заробітчанства), посилення маятникової трудової міграції створюють основу для розвитку полістилізму на селі. Важливу роль у розвитку полістилізму відіграє розвиток технологій і засобів комунікації, що також сприяє зростанню просторової мобільності сільських мешканців, пришвидшує ритм запозичень нових норм і поведінкових зразків. Усе це безпосередньо впливає на зміни у споживанні мешканців села. Простір споживання розширюється як об'єктивно (завдяки розвитку сфер торгівлі і сервісу на селі), так і суб'єктивно через інтеріоризацію різноманітних зразків споживання та індивідуалізацію смаків і споживчих практик. Особливу роль у розширенні простору споживання відіграє

дигіталізація українського суспільства. У містах інтернет-торгівля вже стала для мешканців звичною практикою, а в селі ці процеси актуалізуються саме зараз.

Ключова дослідницька проблема полягає не в тому, щоб описати відмінність між стилями споживання міських і сільських мешканців, а в тому, як взагалі описати наявні стани сільського життя, адже стильова поведінка селян залишається прихованою від спостережень. Логіка споживання сільських мешканців змінюється, незрозуміло, як поєднується перехід до комбінованих форм зайнятості з «моральною економікою селянства», ознаками якої є орієнтація на накопичення ресурсів та усунення ризиків. Усе це потребує нових підходів до концептуалізації стилю споживання сільських мешканців. Відповідно розроблення концептуального апарату для аналізу стилів життя сільських мешканців в умовах сучасної України стає актуальним завданням.

Наукове обґрунтування використання концептуального конструкту стилю споживання як показника трансформації сучасного стилю життя сільських мешканців потребує аналізу теоретико-методологічних підходів і напрацювань з даної проблематики у працях різних авторів.

У соціологічній класиці інтерпретації дихотомії сільського і міського представлені у працях Ф. Тьонніса, Е. Дюркгайма, М. Вебера, К. Маркса, В. Зомбарта, А. Радклифф-Брауна, К. Маннгейма, Р. Мертона. Ключового розвитку соціологія села набула, з одного боку, у працях класиків американської соціології села (П. Сорокіна, К. Ціммермана, Ч. Гелпіна, У. Томаса і Ф. Знанецького), а з іншого – у науковому напрямі *community study* і зокрема у межах монографічної школи Франції (праці Ф. Ле Пле) та Румунії (Д. Густі). Істотний внесок у дослідження сільського способу життя зробила радянська соціологія села (Ю. Арутюнян, Е. Мурник, В. Староверов та ін.). Особливої уваги заслуговують напрацювання новосибірської школи (Т. Заславська, Р. Ривкіна та інші). У працях Т. Шаніна, В. Виноградського, О. Фадеєвої аналізуються особливості соціальної взаємодії в контексті неформальної економіки й мережевих процесів у сільських спільнотах. У працях В. Тарасенка розглядається трансформація українського селянина як суб'єкта господарювання на землі. Проблематика змін в українському сільському соціальному світі розкривається

у працях А. Шатохіна, О. Іваненко, В. Аллена, О. Гончарука, Л. Перотти, В. Чигрина, Л. Зеленкевич; демографічним проблемам українського села присвячені праці І. Прибиткової. Теоретико-методологічні підходи до аналізу стилів життя представлені у працях українських дослідників Л. Бевзенко, М. Шульги, Є. Головахи, Н. Паніної, І. Кононова, О. Злобіної, А. Ручки. Дослідженню феномену споживання в сучасному українському суспільстві присвячені праці Я. Зоської, І. Набрusco, Ю. Пачковського і А. Максименко, М. Мастинець, Г. Сорокіної.

Наразі в Україні накопичено невеликий досвід спеціалізованих емпіричних досліджень села й сільських спільнот і практично немає досвіду емпіричних досліджень сучасного стилю життя та стилів споживання мешканців сіл. При цьому застосування загальноновизнаного підходу до концептуалізації стилю споживання не може вважатися задовільним у випадку сільського споживання. Використання конструкту «стиль споживання» як показника трансформації сучасного стилю життя сільських спільнот створює теоретичні і практичні виклики, адже докорінні зміни в сучасному сільському способі життя, стилях життя і стилях споживання потребують суттєвого переосмислення ключових дослідницьких категорій.

Отже, *наукова проблема* полягає в невідповідності суперечливих теоретичних трактувань щодо розуміння й соціологічної інтерпретації стильового різноманіття реальних споживацьких практик і поведінки мешканців сіл в умовах докорінних змін у сучасному сільському способі життя та неузгодженості методологічного інструментарію, який ґрунтується на цих трактуваннях, що потребує суттєвого переосмислення ключових дослідницьких категорій і наукового обґрунтування концептуального конструкту стилю споживання як показника трансформації сучасного стилю життя сільських мешканців та подальшої верифікації його евристичного і вимірювального потенціалу.

Дисертаційне дослідження не пов'язано з науково-дослідними темами і планами Інституту соціології НАНУ.

Мета дисертаційного дослідження полягає у визначенні теоретичних основ і емпіричних характеристик споживання у стилі життя мешканців сіл. Для досягнення вказаної мети було поставлено такі **завдання**:

- 1) визначити теоретико-методологічні засади соціологічного дослідження способу і стилю життя сільських мешканців;
- 2) з'ясувати та дослідити специфіку сільського способу життя і специфіку споживання сільських мешканців;
- 3) виявити співвідношення та взаємовпливи сільського способу життя зі специфічно сільським споживанням;
- 4) обґрунтувати підхід до концептуалізації конструкту стилю споживання сільських мешканців;
- 5) уточнити та операціоналізувати критерії й показники споживання сільських мешканців;
- 6) розробити аналітико-теоретичну модель стилів споживання сільських мешканців;
- 7) удосконалити методику відбору кейсів сіл і організації польового етапу емпіричних соціологічних досліджень у сільській місцевості;
- 8) здійснити емпіричну верифікацію аналітико-теоретичної моделі стилів споживання.

Об'єкт дослідження: сільський стиль життя.

Предмет дослідження: стилі споживання мешканців сіл.

Методи дослідження. В дослідженні використано соціологічні та загальнонаукові методи. Методами аналізу та синтезу виокремлено габітуальні основи сучасного стилю життя мешканців сіл і здійснено узагальнення основних положень соціологічних теорій щодо розуміння сутності сільського способу життя і сільського споживання з притаманними їм характерними рисами. Здійснено операціоналізацію й інтерпретацію понять та досліджено поняттєво-категоріальний апарат власне сільських способу життя і стилю споживання. Використовуючи методи порівняння та типологізації, запропоновано типологію перехідних стилів життя сільських спільнот і типології стилів споживання сільських мешканців. Методи логіко-історичного і ретроспективного аналізу використано для порівняння сільського способу життя і специфіки споживання сільських мешканців в історичній ретроспективі 1968, 2014 і 2017 років (радянський і сучасний періоди). Для

емпіричної експлікації положень, сформульованих на основі теоретичного аналізу, використовувалися: результати власного дослідження авторки, вторинний аналіз даних соціологічних опитувань і статистичні спостереження.

Емпіричну базу дисертаційного дослідження становлять результати авторського дослідження (кейс-стаді) стилю споживання і способу життя сільських мешканців, отримані методом фокус-групових дискусій (ФГД) з мешканцями сіл (у 2014, 2017, 2019 і 2020 роках загалом проведено 10 ФГД), дані загальноукраїнських соціологічних опитувань «Українське суспільство. Моніторинг соціальних змін» Інституту соціології НАН України, дані Державної служби статистики України та інші джерела інформації, які фіксували перебіг змін у способі життя сучасного українського села.

Наукова новизна отриманих результатів:

Основні положення наукової новизни дисертаційної роботи можна сформулювати так:

уперше:

– виокремлено габітуальні основи сучасного стилю життя мешканців сіл: *габітус «на землі»* (габітус постійного зв'язку з землею, характерний для селян, які залежать від результатів роботи на землі); *габітус «біля землі»* (габітус, характерний для селян, які мають комбінації аграрного й неаграрного типу зайнятості); *габітус «від землі»* (габітус розриву із землею, характерний для маятникових трудових мігрантів до міст, заробітчани та сільської молоді, орієнтованої на виїзд із села);

– ідентифіковані відмінності стилів споживання сільських мешканців у межах виокремлених габітусів, які дають підстави підтвердити можливість застосування існуючих теоретичних моделей для опису стилів споживання сільських мешканців;

– здійснено типологізацію перехідних сільських стилів життя (*стиль життя максимально віддалених сіл, стиль життя у приміських селах, стиль життя пересічних сіл*), яка дає можливість спостерігати наслідування, протидію і прийняття зразків міського споживання мешканцями сіл;

– здійснено типологізацію сільських стилів споживання на основі базових координат процесу споживання – «хочу» (рівень споживчих домагань) і «можу»

(рівень споживчих можливостей): а) *насичений тип* («не хочу», але «можу»), б) *розвинений тип* (і «хочу» і «можу»); в) *дефіцитарний тип* («хочу», але «не можу»); г) *нерозвинений тип* («не хочу» й «не можу») і в межах кожного типу визначені ознаки споживчих практик, характерних для різних стилів життя сільських мешканців;

– проведено порівняльний аналіз сільського способу життя і специфіки споживання сільських мешканців в історичній перспективі (монографічний кейс сіл Терпіння і Мирне в 1968, 2014 і 2017 рр.) та виявлено співвідношення і взаємовплив споживання із типами зайнятості, а також зафіксовані зміни в сільському стилі споживання між радянським і сучасним селом;

набули подальшого розвитку:

– класифікація аграрного, неаграрного та перехідного (комбінованого) сільського способу життя через їх пов'язаність із формами зайнятості;

– система ознак сільського способу життя, які конституюють стиль життя і є системотворчими для стилю споживання, а саме: вплив сільськогосподарських сезонів на споживчі практики; сезонність у доходах, покупках і витратах; ведення особистого підсобного господарства;

уточнено:

– систему показників та індикаторів власне сільського способу життя, зокрема до змістовних характеристик практик додані показники ресурсів соціокультурного середовища; профіль мешканця сільської спільноти й верифіковано можливість застосування показників на зібраному емпіричному матеріалі;

– удосконалено підходи до відбору кейсів сіл і до організації польового етапу емпіричних соціологічних досліджень у сільській місцевості: через залучення «провідників» із сільського соціального простору до процедури рекрутингу респондентів, врахування сільськогосподарських циклів і сезонності сільськогосподарських робіт у таймінгу проведення фокус-групових дискусій.

Теоретичне та практичне значення отриманих результатів. Результати цього дослідження можуть бути використані в управлінській практиці у процесі розроблення способів реалізації державних цільових програм розвитку українського

села, зокрема щодо підтримки процесу соціальної сфери села, а також для розроблення нових курсів у межах університетських навчальних програм та для вдосконалення програмного забезпечення дисциплін, що вже значаться у навчальних планах, зокрема курсів «Соціологія села», «Соціологія повсякдення».

Особиста участь авторки в отриманні конкретних наукових результатів, викладених у дисертації. Усі ключові ідеї, положення і висновки дисертаційного дослідження розроблялись авторкою самостійно.

Апробація результатів дослідження відбулась у виступах на 6 фахових наукових конференціях: VIII Всеросійська наукова конференція «Споживання як комунікація: люди і речі», 2012; «Варіації модерну та модернізації: український соціум в контексті глобальних процесів» (КП), 2013; II Конгрес Соціологічної асоціації України «Соціологія та суспільство: взаємодія в умовах кризи», 2013; XIII Міжнародна науково-практична конференція «Якубинська наукова сесія», 2016; III Конгрес Соціологічної асоціації України «Нові нерівності – нові конфлікти: шляхи подолання», 2017; XV Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми розвитку соціологічної теорії: модернізація суспільства та соціальні технології», 2018.

Публікації. Результати дисертаційного дослідження викладено у 12 наукових публікаціях (без співавторства): у шести статтях, опублікованих в українських наукових виданнях, включених до переліку фахових видань із соціології; двох статтях, опублікованих у наукових виданнях за кордоном, а також у чотирьох збірниках тез учасників всеукраїнських та міжнародних наукових конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Структура роботи зумовлена метою і завданнями дисертаційного дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел; також містить додатки: інструментарій емпіричного етапу дослідження та супровідні дослідницькі матеріали. Обсяг основної частини дисертації 170 сторінок, список використаних джерел містить 215 найменувань. Загальний обсяг дисертації – 249 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНЕ РОЗРОБЛЕННЯ СТИЛІВ ЖИТТЯ І СТИЛІВ СПОЖИВАННЯ СІЛЬСЬКИХ МЕШКАНЦІВ

1.1. Теоретико-методологічні підходи до аналізу стилів життя в соціологічній традиції

Аналіз існуючих теоретичних розробок стилю життя дає підстави виділити три основні підходи до інтерпретації феномену, а також умовно виділити два етапи в історії вивчення проблематики – класичний і сучасний.

Перший підхід пов'язує аналіз стилю життя з проблемами соціальної стратифікації суспільства. Ця традиція закладена М. Вебером, за яким статусна група «претендує на соціальний престиж тільки якщо має власний особливий спосіб життя, який сама для себе і визначає» [Вебер, 1992: с. 36]. Саме стилізація життя створює статусну групу та зберігає її. Вебер, наприклад, звертав увагу на те, що для вищих статусних груп існує заборона на виконання простої фізичної праці, відповідно «підприємництво» могло розцінюватися як і дискваліфікація статусу [Вебер, 1992: с. 33]. Найбільшого розвитку цей підхід набув у структуралістсько-конструктивістській концепції П. Бурдьє – в його працях тематика стилю життя конструюється завдяки поняттям соціального простору і габітусу [Бурдьє, 1998, 2005].

Соціальний простір утворюється силовими полями – політичним, економічним, соціальним, культурним, символічним. Бурдьє підкреслює, що економічне поле завжди прагне нав'язати свою структуру іншим полям, проте останні все ж таки зберігають свою відносну автономію. У кожному полі існує відповідний культурний або символічний капітал; вони включають у себе символи, ідеї та цінності, якими володіє індивід. Бурдьє розглядає позицію суб'єктів у соціальному просторі власне як похідну від цих капіталів. Суб'єкти розташовуються у соціальному просторі відповідно до загального обсягу капіталу, а також згідно з тим, як саме різні види капіталу співвідносяться між собою.

У конструюванні стилів життя і смакових уподобань (як базисної складової конструювання стилю споживання) ключову роль відіграє *габітус*. Поняття «*habitus*» (хабітус або габітус) використовується, зокрема, для того, щоб пояснити, як індивіди в межах одного соціального простору вибирають різні стилі життя. Габітус – це система пов'язаних між собою схильностей або переваг, які допомагають індивідам освоювати й пояснювати навколишній світ; система властивих індивіду диспозицій мислення і дій, які узагальнюють його знання і досвід. Кожна соціальна група має свій власний габітус, на основі якого складається стиль життя і споживчі вподобання. Як зазначає В. Радаєв: «Габітусом забезпечується сталість споживчих практик. Він пов'язаний з особливим типом умов існування тих чи інших класів, що характеризуються різними обсягами і структурою економічного і культурного капіталу. Однорідність габітусів у межах одного класу допомагає його представникам розпізнавати споживчі практики і розшифровувати їх зміст... Відмінності у споживанні залежать від рівня доходу і від впливу культурного капіталу – накопиченого в процесі соціалізації практичного знання, що дає змогу людині розпізнавати стратегії та принципи дії інших людей.» [Радаєв, 1998, 2005, с.11].

Основу стилю життя складають сукупність практик споживання і практик проведення дозвілля. Стилi споживання пов'язані з соціально-класовою структурою суспільства: смаки перетворюють фізичні властивості споживчих благ у символічний вираз класових позицій і стають основою, яка породжує різні стилі життя. Таким чином, стилі життя різних груп і спільнот відрізняються не тільки споживанням, а й характером проведення дозвілля. У результаті дозвілля стає однією з характеристик стилю споживання. П. Бурдье вважає, що соціальний простір можна представити як простір стилів і виділити в цьому просторі три зони споживання. Перша зона – це благородні види споживання, пов'язані з унікальністю й високим капіталом. Друга зона – це вульгарні типи споживання, що характеризуються доступністю та поширеністю; це також зона для обмежених ресурсами груп. Третя зона – це претензійні споживчі практики, які виникають через невідповідність амбіцій і можливостей [Бурдье, 2005, с. 30].

У концепції П. Бурдьє *стиль життя* – це обрана індивідом модель поведінки, заснована на позиції індивіда в соціальній структурі суспільства і габітусі. Бурдьє так обґрунтовує взаємозв'язок між соціальною структурою суспільства і характером споживання: коли володіння необхідними ресурсами (капіталами) дає можливість агенту зайняти відповідну позицію в соціальному просторі чи в межах класу, тоді в умови існування включається габітус агента у вигляді схем сприйняття і схем відтворення повсякденного досвіду. Також П. Бурдьє зазначав взаємозв'язок споживання з вихованням і освітою, із соціальним походженням тощо. Різні соціальні групи дотримуються різних стилів життя і смаками, проте слід зауважити, що стилі споживання формуються не лише поміж різних соціальних груп, а й усередині цих груп, всередині субкультур. При цьому стилі життя стають символічними системами, які наділяються і наділяють відповідними соціальними характеристиками стиль споживання. Аналізуючи концепцію П. Бурдьє, В.Радаєв підсумовує про стилі споживання зокрема наступне: «Вони [стилі споживання] використовуються не лише як засіб досягнення спільності, а й як інструмент соціального дистанціювання від інших класів та їх субординації... Саме тому споживання потребує інтерпретації в контексті символів, знаків, цінностей, адже стилі життя – як сукупності практик споживання і проведення дозвілля – наділені символічним сенсом і престижем.» [Радаєв, 1998, 2005, с.10]. Із зазначеного П. Бурдьє, підсумовуємо: стиль життя формується з практик, що впливають із сукупності смаків і схем сприйняття. Останні ґрунтуються на габітусі – системі пов'язаних між собою потреб, схильностей, уподобань, які допомагають освоювати й пояснювати навколишній світ. Так стиль життя стає символічною системою, яка розкриває значення соціальних і особистісних характеристик стилю споживання. На рівні групи чи спільноти формується споживчий габітус, який простежується у стилі споживання. Тому використання концепції П. Бурдьє для аналізу стилів споживання допомагає отримати пояснення, чому дистанціювання через відмінність стилів є обов'язковою передумовою позиціонування і закріплення стилів життя конкурентних соціальних класів. Підхід також дає можливість розглянути, як саме взаємозалежність процесів пристосування практик до умов існування формує смаки та об'єднує соціальні практики в єдиний

стиль. Концепція П. Бурдьє часто використовується в сучасних емпіричних дослідженнях споживання на пострадянському просторі. Як приклад можна навести дослідження культурних зразків стилю споживання «нових росіян» С. Ушакіна, в якому автор широко використовує теоретичні аргументи теорії культурного обміну [Ушакин, 1998]. Методологічний та аналітичний потенціал використання концепції П. Бурдьє в аналізі стилів життя перехідного суспільства розглянуто в монографії української науковиці Л. Безвзенко «Стилі життя перехідного суспільства» [Бевзенко, 2008].

Інша концепція в рамках цього підходу – діяльнісно-конструктивістська концепція В. Ільїна – багато в чому близька до теорії П. Бурдьє [Ильин, 1998, 2008, 2011]. Стиль споживання в цій концепції постає як соціальний конструкт, створення якого відбувається як на мікрорівні під час повсякденних міжособистісних взаємодій, так і на макрорівні – в соціокультурному просторі в межах певних інституційних умов. Індивід творить себе сам, але з ресурсів, які знаходить у навколишньому соціальному середовищі. Зовнішнє середовище, з одного боку, формує межі споживчого вибору і споживчі домагання індивіда, проте, з іншого боку, і саме середовище формується людьми. Культура існує лише в тій мірі, в якій люди відтворюють її норми і цінності у своїй діяльності. Тому людина, підкорюючись існуючим нормам, цінностям, а також дотримуючись загальноприйнятих норм, відтворює не лише себе, а й своє зовнішнє середовище. Усе це дає підстави розглядати споживання як двосторонній процес, який конструюється як соціальним середовищем, що має зовнішній характер стосовно індивіда, так і власне самим індивідом, який відтворює в своїх практиках норми та цінності середовища. В. Ільїн підкреслює активну роль індивіда у створенні свого стилю і доводить, що індивід конструює свою ідентичність різними способами, серед яких важливе місце займає вибір товарів і послуг. На думку автора, ця роль найбільш помітна в малих референтних групах – там, де смаки одного члена групи впливають на споживання іншого. У великих спільнотах роль окремого індивіда істотно знижується, однак тут спостерігаються ті ж процеси, що і в малих групах. Важливе значення має те, що в концепції наведені визначення поняття стилю споживання і соціального

конструювання стилів споживання. *Стиль споживання* визначається В. Ільїним як стійко відтворювані риси, манери, смаки, схильності, що проявляються в повсякденній діяльності індивіда у сфері споживання. *Соціальне конструювання стилів споживання* визначається як процес перетворення уявлень людей про стилі споживання у відносно стійкі форми поведінки і відповідні споживчі практики, пов'язані з ними. Використання категорії *силового поля* в інтерпретації споживчої поведінки дає можливість поєднати об'єктивістський (структуралістський) і суб'єктивістський (конструктивістський) підходи до споживання. В основі концепції соціального поля закладена ідея того, що споживча поведінка індивіда є результатом впливу досить великої кількості факторів. Однак, на відміну від традиційної позитивістської методології, яка прагне простежити вплив кожного фактора, концепція поля виходить з того, що кількість взаємодіючих факторів створює такі системні якості поля, які не зводяться до суми впливів усіх факторів. Таким чином, соціальне поле є ділянкою соціального простору, на якій у результаті підвищеного рівня внутрішньої взаємодії виникає особлива атмосфера, що має силовий характер стосовно індивідів, які потрапили під дію поля.

В. Ільїн не просто описує феномен споживання, його види та типи, але дає змогу досліджувати сенс самого явища стилізації і його значення. Діяльнісно-конструктивістська парадигма є потенційно цікавою для аналізу процесу соціального конструювання споживчих стилів на селі, оскільки уникає обмежень класичних і постмодерністських концепцій споживання і допомагає проаналізувати, з одного боку, яким чином сільське соціальне середовище впливає на споживчі стилі індивіда, а з іншого боку – як сама людина конструює свій власний стиль споживання.

Другий підхід до розгляду стилів започаткований Т. Вебленом, який став основоположником традиції вивчення стилю життя в контексті споживчої поведінки [Веблен, 1984]. На відміну від Вебера, у якого стиль виконував чітку стратифікаційну функцію, тут головний акцент переноситься на механізм соціального порівняння, демонстративне споживання розмиває межі статусних груп, кордони між прошарками стають рухливими, символи успішності вищих класів розповсюджують свій вплив згори донизу на всю структуру суспільства [Веблен, 1984] Нижчі

прошарки намагаються переймати стиль життя, що став модним у сусідньому вищому прошарку і докладають максимум зусиль, щоб відповідати цьому ідеалу, навіть не маючи відповідних ресурсів. Маємо тут чи не вперше сформульовану ідею імітації стилю життя за допомогою «підставного споживання».

Серед досліджень, проведених у рамках даного підходу, можна виділити праці Я. Рощиної [Хрестоматія по социологии потребления, 2004; Рощина, 2007] та А.Ю. Глухих [Глухих, 2007], які вивчають стиль життя, поєднуючи аналіз споживчих практик із теоретико-методологічними розробками П. Бурдьє. Даний напрям акцентує увагу на формах адаптації індивіда до вже сформованих традицій споживання. Споживання сприймається як спосіб соціального відтворення наявних класових і культурних відмінностей у процесі формування індивідуальних схильностей.

Третій підхід до вивчення стилю життя спирається на аналіз Г. Зіммелем суперечливого поєднання процесів ідентифікації та диференціації в процесі розвитку суспільства. Особистість по Зіммелю формується з культурних передумов суспільства, комбінуючи ці елементи індивідуальним чином. З розвитком культури і в ході індивідуалізації відбувається розширення соціальних зв'язків (Зиммель, 1996: 353). Процес індивідуалізації передбачає розширення діапазону свободи індивіда завдяки можливостям, які надає йому «стильова» диференціація культури. За Зіммелем індивід не відтворює певний стиль, щоб підтвердити статус і не імітує його, щоб статус підвищити. Індивід може через «гру» з модою створювати власний стиль як спосіб просування власної індивідуальності і таким чином покращувати своє місце в соціальній ієрархії. Теоретики постмодернізму Г. Дебор, З. Бауман, Ж. Липовецьки розвивають цю лінію ідентичності у зв'язку із сучасними змінами суспільства. Ідентичність в постмодерному дискурсі набуває процесуального характеру, стає нечіткою, розмитю. Бауман [Бауман, 2005] зауважує, що для індивіда актуальним стає питання про те як уникнути надмірної фіксації своєї ідентичності певною групою, як зробити вибір з того, що пропонує суспільство в даний момент. В концепції Липовецьки через поняття персоналізації аналізується сучасний етап індивідуалізації, характерною ознакою якого стає втрата цілісності власного «Я».

«В кінцевому підсумку портрет індивідуалізації визначається не соціальною самотністю і незалежністю, а різноманітністю зв'язків і контактів з колективами с вузькими інтересами» (Липовецьки, 2001:29). Пластичність стає не лише ознакою ідентичності, а й характеристикою стилю життя.

Українське суспільство навряд чи можна вважати постмодерним, проте воно безумовно характеризується інституційною нестійкістю як суспільство, що перебуває в стані транзиту. Відповідно проблема ускладнення процесу ідентифікації, відсутності усталених зразків наслідування є для нього вельми актуальною. Причому якщо ми зосереджуємося на аналізі поведінки сільських мешканців, про сучасний стиль життя яких взагалі мало що відомо, навіть теоретично важко зупинитися на якихось конкретних пояснювальних схемах, які ґрунтуються на якомусь одному з проаналізованих вище підходів. Більш прийнятною, на нашу думку, в таких умовах є змішана стратегія, пошук і опис реальних ознак стилю життя, який зрештою і дасть можливість побачити наявність стратифікаційних, демонстраційних чи індивідуалізованих рис стилю споживання.

Розгляд основних теоретико-методологічних підходів до аналізу стилів життя дав можливість розглядати стилі споживання як конструкт, який формується з, одного боку, соціокультурним середовищем, в якому перебуває індивід, а з іншого – формується самим індивідом через повсякденні споживчі практики. Також маємо змогу робити опис простору повсякденних споживчих практик у трьох координатах: у стильових, просторових та ситуаційних.

1. Використання просторового принципу у дослідженнях стилів споживання дає можливість розглядати простір споживчих практик як такий, що поділений на зони споживання, або, за термінологією В. Ільїна, – поля споживання.

2. Ситуативний принцип дає змогу описувати контекст споживчих практик і спрямований здебільшого на змістовний аспект – опис предмета та ситуації споживання.

3. Стильовий принцип безпосередньо спрямований на опис стилю споживання і опис того, як саме здійснюються споживчі практики.

1.2. Контекстуальний аналіз категорії споживання

Зростання ролі споживання в соціальних відносинах призводить до змін у самих цих відносинах, а отже постійно оновлює дослідницький інтерес до категорії споживання.

Традиційною методологічною передумовою для визначення і використання категорії споживання є вибір поміж двома дослідницькими перспективами, перша з яких пов'язана з використанням економічної, а друга – соціокультурної моделі споживання. Кожна модель передбачає власну систему допоміжних категорій для теоретичного та практичного дослідження феномену.

Комплексна природа феномену споживання, який виявляє себе одночасно в економічному, соціальному і культурному вимірах, щоразу потребує уточнення контексту дослідження. Людина завжди перетворювала об'єкти навколишнього світу з метою задоволення як природних первинних потреб, так і вторинних соціокультурних.

Проте, перш ніж споживання стало предметом власне соціологічного аналізу, його концептуалізація відбувалась у межах економічної моделі, згідно з гіпотезою первинної споживчої вартості. За цією гіпотезою, споживання є одночасно формою економічної активності людини на ринку і матеріальним процесом, заснованим на людських потребах. Змістовно споживання пов'язується з використанням, витрачанням або привласненням благ, а об'єктом дослідження є *homo economicus* – раціональний суб'єкт, який має чітко визначені потреби і споживає через егоїстичне прагнення до максимізації користі. Можливості споживання в межах концепції «суспільства добробуту» (*welfare state*) розглядаються як критерії прогресу соціуму й асоціюються з потенціалом людського розвитку.

Інституціональні та економічні зміни в сучасних постмодерних суспільствах призвели до того, що споживання почало відігравати головну роль у процесі економічного відтворення, підкорюючи собі виробництво, розподіл і обмін.

Категорія споживання вийшла за межі економічної сфери, за межі розуміння споживання як матеріального й утилітарного процесу, спрямованого на задоволення

потреб, – у сферу соціокультурну. У 80-х роках минулого сторіччя на Заході з'являється нова галузь соціології – соціологія споживання, в якій феномен споживання постає як процес усвідомленої активності із конструювання власної ідентичності. В основі дослідницької орієнтації нової галузі були закладені принципи «розуміючої соціології» М. Вебера, в якій предметом дослідження є дія, якій індивід надає суб'єктивного змісту.

Хоча характер, форма й особливості споживання значною мірою визначаються станом економіки і рівнем розвитку виробництва, проте навіть у разі задоволення базових, біологічних потреб споживання обумовлене системою цінностей, яка існує в даній культурі і задає норми споживання. Наприклад, у суспільстві, де панує система цінностей, яка проголошує помірність, марнотратство, орієнтація на розкіш, нестриманість у споживанні будуть засуджуватися, тому відповідний спосіб життя не зможе вкоренитися і стати панівною моделлю поведінки.

Подальші дослідження споживання зближуються із соціальною психологією та культурологією, увага концентрується на культурному значенні споживання і окреслюється соціокультурна модель споживання. Так, К. Кемпбелл в авторській концепції споживання звертає увагу на те, як саме поширення цінностей гедоністичної етики сприяло революції у сфері споживання, а П. Бурдье обґрунтовує ідею, що характер споживання визначається символічним чи культурним капіталом, яким володіє індивід.

Почнемо з огляду визначень категорії споживання, які найчастіше трапляються в науковій літературі. Зазначимо, що у більшості сучасних енциклопедичних видань з соціології поняття «споживання» або зовсім не наведене, або ж зустрічаються визначення на базі марксистської чи економічної парадигм.

У радянській традиції споживання мало статус філософсько-соціологічної категорії, аналогічної за рівнем абстракції до категорії виробництва, і розглядалось як сфера суспільно-виробничої раціоналізації. Споживанню приділялось значно менше уваги порівняно з виробництвом; зазвичай споживання розглядалось як віддзеркалення виробництва, підкреслювалась роль формальної раціоналізації і «розумного» споживання, також характерним було твердження, що споживання

відбувається не «тому що», а «для того, щоб»: «споживання – не витрата, а засіб для підтримання життя і напрямок для розвитку людини, який забезпечує соціальне відтворення» [Донченко, 1982, с. 37]. Саме ці ознаки зафіксовано у визначенні, яке дає «Велика радянська енциклопедія»: «Споживання – це використання суспільного продукту в процесі задоволення потреб, завершальна фаза відтворення» [Большая советская энциклопедия, 1975, с. 437–439].

Ідентичність між виробництвом і споживанням була закріплена ще К. Марксом, який розглядав споживання як «другий тип виробництва», під час якого відбувалося не лише знищення продукту, але і формування та розвиток сил людини. К. Маркс також ввів поняття «товарний фетишизм», який є однією з форм відчуження і відбувається через «ототожнення суспільних і культурних функцій предмета з природними властивостями речі». Тобто, фетишизм – це свого роду «злиття символу і речі» [Философский энциклопедический словарь, 1983, с. 723]. Отже, товарний фетишизм проявляється в тому, що речі виробляються не для задоволення реальних, природних потреб людини, а заради задоволення потреб соціальних. Товарний фетишизм досягає свого апогею в капіталістичному суспільстві, коли більш значимою стає мінова, а не споживча вартість товару. Мінова вартість, у свою чергу, визначається конкретними соціальними відносинами в суспільстві. Як форма економічної активності і елемент системи економічної взаємодії споживання здійснюється через споживчу діяльність і споживчу поведінку людини.

Український дослідник В. Тарасенко наголошував на необхідності розглядати споживання у двох значеннях – у більш вузькому значенні як процес, а в більш широкому значенні – як сферу задоволення потреб, у якій відбувається перебіг процесів споживання і діяльність споживача, що безпосередньо забезпечують задоволення його потреб [Тарасенко, 1993, с. 43]. Споживання виконує ряд прямих функцій: задоволення потреб людей, соціальних груп, відтворення людини як носія суспільних відносин, стимулювання суспільного виробництва, виведення із суспільного обігу визначеної частини матеріального багатства, стабілізація сфери повсякденного життя тощо [Тарасенко, 1993, с. 81; Пачковський, Максименко, 2014, с.16].

У «Міжнародній енциклопедії» споживання визначається як «утилізація товарів і нематеріальних послуг з метою безпосереднього задоволення потреб» і постає як «первинна ціль, якої намагається досягти економічна система» [Encyclopedia International, 1903–1967, p. 201]. У цьому визначенні споживання постає скоріш як економічна категорія, адже йдеться про споживання як певний аспект діяльності людини, яке «особливий процес, що включає в себе окремі процеси поведінки: вибір товару або послуги, купівлю, використання, ремонт і розпорядження» [Ильин, 1998, с. 7].

Значення культурного виміру споживання в сучасному суспільстві важко переоцінити. Як слушно зауважує Дж. МакКрекен: «У західних розвинених суспільствах культура достатньо глибоко пов'язана і багато в чому навіть залежить від споживання. Якби не було споживання, сучасні розвинені суспільства втратили б головний інструмент відтворення своєї культури. Значення товарів, які споживаються, і створення значень у процесі споживання є важливими атрибутами конструювання реальності. Без споживання процес самоідентифікації та соціальної ідентифікації в цій культурі неможливий» [McCracken, 1990, p. 3].

Загалом дослідники в межах культурологічного підходу зосереджуються на аналізі культурного контексту в процесах споживання, яке розглядається як спосіб трансляції і отримання культурних значень, особлива увага приділяється аналізу культури споживання як складової загальної культури [Овруцкий, 2011].

Епоха, коли категорія споживання була монополізована економістами, давно минула, залишивши нам розроблений понятійно-категоріальний апарат для вивчення економічної сторони споживчої поведінки. У процесі дослідження економічного змісту процесу споживання, наприклад, – вивчення процесів розподілу споживчих благ або диференціації споживання за типами, необхідними показниками є якість і рівень життя. Ці ж поняття найчастіше трапляються в дослідженнях економічного змісту споживання. Якість життя можна визначити як сукупність об'єктивних і суб'єктивних якісних характеристик життєдіяльності індивіда в економічній і соціокультурній сферах, а рівень життя – як сукупність кількісних характеристик його матеріального добробуту. Дуже часто економісти, визначаючи зміст поняття

«споживання», наголошують на поділі споживання на виробниче споживання, яке відбувається через використання ресурсів під час виробництва, і невиробниче (або кінцеве) споживання благ задля задоволення життєвих потреб. Соціологічний аналіз стосується лише невиробничого споживання, тобто особистих потреб і кінцевого споживання продуктів, товарів і послуг.

Наведемо ще кілька базових уточнень змісту категорії, які розкривають розбіжності під час розгляду споживання з економічної та соціологічної перспектив.

По-перше, споживання стосується не всіх благ, а лише тих, у які вкладені людські зусилля; саме це і відрізняє споживчі блага від чистих продуктів природи. У соціологічному контексті доречно говорити про споживання очищеної питної води, проте недоречно про «споживання» атмосферного повітря або краєвиду за вікном [Радаєв, 2005, с. 7].

По-друге, для того, щоб бути предметом споживання, блага не обов'язково повинні мати предметне втілення і підпорядковуватися відносинам грошового обміну. Протягом останніх двох десятиріч світова динаміка споживання послуг значно перевищує динаміку споживання товарів, тобто предметне втілення споживання набуває дедалі більш вторинного характеру.

По-третє, соціологічна категорія споживання стосується задоволення не всіх потреб людини, а лише тих, які мають певну здатність до грошового обміну. Наприклад, під час творчої діяльності людина задовольняє свою потребу в творчості, проте категорія споживання тут буде недоречною. Споживання завжди пов'язане з витрачанням вартості, в цьому і є відмінність споживання від виробництва, розподілу, обміну.

Незважаючи на спроби економістів враховувати вплив соціальних факторів на споживання через введення до аналізу різноманітних ефектів у споживанні («ефект долучення до більшості», «ефект Веблена», «ефект сноба» тощо), культурна і знакова складові соціальних впливів не можуть бути описані економічними категоріями, так само не можуть бути пояснені індивід, його стратегії та моделі споживання.

Отже, всебічний розгляд споживання неможливо здійснювати поза культурним контекстом. У зв'язку з цим доречним тут може бути таке визначення споживання,

наведене російськими авторами В. Афанасьєвським і С. Красновим: «Споживання – це визначений культурними нормами спосіб задоволення потреб індивідів, а також дії, що служать цій меті» [Афанасьевский, Краснов, 1995, с. 51]. Цю ж ідею знаходимо у Дж. МакКрекена, який проводить лінію розподілу і дуже чітко визначає значення культурного виміру споживання в сучасному суспільстві: «У західних розвинених суспільствах культура достатньо глибоко пов'язана і багато в чому навіть залежить від споживання. Якби не було споживання, сучасні розвинені суспільства втратили б головний інструмент відтворення своєї культури. Значення товарів, які споживаються, і створення значень у процесі споживання є важливими атрибутами конструювання реальності. Без споживання процес самоідентифікації та соціальної ідентифікації в цій культурі неможливий» [McCracken, 1990, p. 3]. З цієї цитати видно, що вже не тільки споживання визначається культурою, а й сама культура пов'язана зі споживанням так сильно, що дослідники говорять про виникнення культури, заснованої на споживанні.

Спроби прояснити поняття «споживання» в соціологічному ключі робить і В. Ільїн, використовуючи для цього синтез діяльнісно-конструктивістської методології (П. Бурдьє, Е. Гідденс) і драматургії І. Гофмана: «споживання – це процес використання, який має характер дискурсу» [Ильин, 1998, с. 11]. Тут споживання постає як простір стилю життя, вибору і самопрезентації.

У найбільш узагальненому вигляді можна побачити споживання з точки зору соціальних і культурних основ, якщо звернутись до схеми, яку пропонує Ф. Котлер [Котлер, 2007]. Він указує, що найбільший вплив на поведінку споживача здійснюють фактори культурного рівня: культура, субкультура і соціальне становище споживача. Культура є першопричиною, яка визначає потреби й поведінку людини. Надалі проявляє себе залежність від факторів соціального порядку, таких як референтні групи, родина, соціальні ролі і статуси. Особливо сильний вплив здійснюють численні референтні групи, а також той бажаний колектив, до якого людина прагне належати. Усі ці фактори здійснюють на людину вплив трьома шляхами. По-перше, індивід стикається з новими для себе проявами способу і стилю життя. По-друге, референтна група впливає на ставлення індивіда до самого себе, оскільки він, як

правило, намагається долучитися до колективу. По-третє, група підштовхує індивіда до конформності.

Поділяючи позицію Ф. Котлера, вважаємо необхідним доповнити її з соціологічного погляду. Споживання, стаючи домінуючим соціальним процесом, починає виконувати не лише функцію використання благ задля задоволення потреб, а й функцію конструювання ідентичності. Разом з тим споживання саме по собі стає соціокультурним фактором, який впливає на формування ідентичності.

Підсумовуючи, хочемо запропонувати власне узагальнене визначення: споживання – це соціально усвідомлена діяльність, обумовлена системою суспільних цінностей і норм та спрямована на задоволення потреб. Таке узагальнене розуміння потребує введення уточнювальних концептів – змісту і форми споживання. Зміст споживання визначають як детермінований «культурними цінностями і нормами, більш-менш стандартний для кожної культури набір благ, які слугують для задоволення культурно визнаних потреб» [Философский энциклопедический словарь, 1983, с. 48]; під формою споживання розуміють «опосередкований культурними нормами і принципами спосіб задоволення потреб» [Философский энциклопедический словарь, 1983, с. 49].

Розглянувши економічний підхід і соціокультурний підхід до категорії споживання, робимо висновок, що споживання – це комплексний феномен, дослідження якого необхідно проводити як із застосуванням економічних категорій (рівень, якість життя тощо), так і з використанням категорій, що прояснюють знаковий і символічний зміст споживання та уточнюють контекст дослідження. Найбільш інтегральною з точки зору можливості її застосування за узагальненого осмислення феномену є категорія стилю споживання [Лінцова, 2012].

Слід зазначити, що якщо раніше стиль споживання індивіда значною мірою визначався його належністю до соціальної групи, то нині стиль споживання стає дедалі більш індивідуалізованим. Ця закономірність, зокрема, розглядається М. Фезерстоуном у праці «Consumer Culture and Postmodernism» [Featherstone, 1991]. Автор демонструє, як в окремих суспільних сферах стиль життя все більше корелює з індивідуальністю споживання, стилістичною самопрезентацією і творчістю.

Пропонуючи практично необмежену свободу вибору кожному індивіду, стиль споживання перетворюється на стиль життя, стає основним способом соціальної ідентифікації та самовираження.

Сучасний британський теоретик споживання П. Ерл зазначає, що кінець ХХ століття характеризується нестабільністю, стрімкими змінами в усіх сферах суспільного життя, що ускладнює соціальні умови, в яких доводиться діяти індивіду. У зв'язку з цим, на його думку, сьогодні під стилем життя варто розуміти сукупність дій, які здійснює індивід для досягнення своїх цілей, враховуючи, що індивід живе в такій соціальній ситуації, коли нестабільність, невизначеність і плюралізм стають нормою. Через це споживання є головною детермінантою стилю життя: «стиль життя завжди визначається стандартами матеріального благополуччя, поглядами і смаками, яких дотримується група, а на побутовому рівні стиль життя простежується через товари, які люди споживають» [Earl, 1986, p. 4].

У західній соціології стилі споживання часто аналізуються за допомогою категорії дискурсивного поля. У центрі як ядро стоять найрадикальніші представники стилю. Далі розходяться колами групи, які дотримуються вже істотно «відредагованого» стилю, адаптованого до особистісних особливостей. На периферії стильового простору перебувають ті, хто запозичує лише окремі – як правило, зовнішні і другорядні – символи стильової належності; тут нерідко зустрічається змішання і чергування стилів життя та стилів споживання [Социология потребления, 2002; Singh, 2011].

Сучасні підходи до дослідження стилів споживання розгортаються в площинах найрізноманітніших парадигм. Із середини 90-х років ХХ століття споживання почали розглядати як арену індивідуального вибору, як прояви ідентичності та стилю життя. Поряд із цим споживання розглядається як дискурс, як надзвичайно мінлива соціальна практика, як комплексний (економічний, соціальний і культурний) феномен, як система символів і знаків, як усвідомлена діяльність із конструювання власної ідентичності, як процес вибору, покупки та утилізації товарів тощо. Загальною ж характеристикою всіх сучасних підходів до концептуалізації

споживання є стійкий інтерес до переосмислення самого феномену, залучення нових моделей та інструментів для його пізнання.

Аналіз наведених визначень споживання дає змогу спостерігати модифікацію категорії, набуття нею нових рис, що дає підстави наголошувати на необхідності розгляду споживання як комплексного, одночасно економічного, соціального і культурного феномену. Якщо для відтворення економічного змісту категорії існує розроблений понятійно-категоріальний апарат, то введення до аналізу соціокультурних чинників щоразу вимагає розкривати контекст і досліджувати повсякденність із характерним для неї світом споживчих практик і стилів. Отже, споживання розглядається нами як дзеркало соціальних відносин, тенденцій і процесів способу життя, що демонструє ступінь реального проникнення соціального в індивідуальне, значення суспільних орієнтацій і цінностей, практик і стереотипів.

1.3. Моделі стилів споживання для суспільств, які трансформуються

Сучасність характеризується дедалі більшим різноманіттям стилів життя (полістилізмом), посиленням фрагментації системи цінностей і способів життя, що призводить до паралельного виникнення і функціонування різних стилів споживання. У межах мінливих соціальних систем і множинних стилів життя моделювання щоразу має враховувати контекст соціальних трансформацій, пропонувати гнучкі і комбіновані підходи в дослідженнях стилів споживання.

Стрімка адаптація та наслідування зразків споживання розвинених країн призводять, за словами Д. Лернера, до «революції зростаючих фрустрацій», в процесі якої значно зростають споживчі домагання і відбувається незворотний розрив з існуючими цінностями і нормами. У результаті культуру суспільства, що трансформується, характеризує не тільки ситуація споживчих домагань, що масово зросли, а й ситуації масового розчарування від нереалізованих надій та кризи ідентичності [Campbell, 2005, p. 233–241].

Запозичення культурних зразків західних країн отримало на пострадянському просторі насамперед форму наслідування зразків споживання. Сьогодні

пострадянський споживач спостерігає множинні стилі життя і обирає варіанти, які часто кардинально протилежні тим, що були звичні для покоління батьків. Спосіб споживання, втілюючись у способі життя, відображає характер світогляду, а стиль споживання стає інструментом для змін цінностей і вибудовування нових ідентичностей. У суспільствах, які трансформуються, подібні процеси мають стихійний характер. Спостереження за глобальними процесами модернізації показують, що споживчі революції тією чи іншою мірою відбуваються в усіх країнах, що трансформуються, незалежно від географії, культурних і навіть політичних чинників.

Наростаюча фрагментація в системах цінностей і способах життя призводить до змін навіть таких фундаментальних основ соціуму, як гендерна диференціація і моделі сімейного життя. Завдяки цьому дослідникам не складно знаходити багато спільного в культурах країн, які трансформуються, а також робити висновок, що буквально всюди «споживчий етос» прищеплюється швидше і глобальніше, ніж, приміром, трудовий етос, підприємницькі правила чесної гри або ж етос громадянського суспільства, верховенство права та ін. [Магун, 1998]. У найзагальнішому вигляді соціальні практики споживання можуть бути описані через різні моделі та типології.

Слід зазначити, що модель споживання, як спрощене уявлення реальності, включає в себе ті елементи споживання, які важливі для дослідника, інші ж елементи можуть виключатися.

Для нас значущим виміром є стиль споживання і його трансформація, у зв'язку з чим пропонуємо розглядати базові моделі класичного споживання, а як їх модифікації – моделі творчого споживання [Лінцова, 2014а].

Моделі класичного споживання розглядають споживання як інструментальну діяльність з оптимізації структури витрат і відображають початковий етап у диференціації стилів споживання, коли купівля товарів є для індивіда способом самореалізації, що дає змогу відчувати себе причетним до більш статусної групи через відтворення елементів її способу життя.

Широко відома завдяки праці Т. Веблена «Теорія дозвільного класу» *модель демонстративного (престижного) споживання* сьогодні може бути застосована тільки для опису демонстративного споживання (також демонстративної бездіяльності та відмови від моральної цінності праці) в межах чіткої соціальної ієрархії тих малих груп, які вже займають високе становище або прагнуть його запозичувати й володіють при цьому ресурсами. У вітчизняній історії приклади реалізації такої моделі можна знайти у споживанні груп партійної номенклатури часів Радянського Союзу.

Як сучасну модифікацію демонстративної моделі можна розглядати *модель гедоністичного споживання*, сформульовану Е. Хіршман і М. Холбруком у 80-х роках ХХ століття. Прояв такої моделі у практиках споживання пов'язаний з розвитком четвертого типу економічних обмінів (поряд з товарами, послугами і ресурсами) – обмінів враженнями.

Російська дослідниця теорії розкоші А. Андреева, посилаючись на авторів теорії гедоністичного споживання, подає таке визначення: «...гедоністське споживання позначає ті сторони споживчої поведінки, які стосуються мультисенсорних, фантазійних та емоційних аспектів переживань, викликаних товаром» [Андреева, 2011]. Модель характеризується домінуванням емоційних бажань над утилітарними мотивами під час вибору товару, насиченням товару смислами і значеннями, які замінюють у свідомості споживача його фізичні властивості. Споживач-гедоніст не бачить відмінностей між потребами і бажаннями і здійснює покупки не заради потреби в товарі чи послугі, а заради самого процесу шопінгу. Як правило, такі покупки здійснюються імпульсивно, проте під формувальним впливом маркетингових технологій стимулювання продажу.

У рамках гедоністичної моделі легко з'ясовні такі форми споживчої поведінки, як гіперспоживання і терапевтична покупка.

Гіперспоживання виникає, коли кількість придбаних товарів та послуг далеко перевищує реально необхідні потреби. *Терапевтична покупка* заснована на компенсаторній поведінці споживача, який вірить, що придбання певного товару або послуги здатне зняти стрес, поліпшити самопочуття і компенсувати невдачі в житті.

Актуалізація цієї моделі на пострадянському просторі на початку 2000-х років пов'язана з доступом до дешевих споживчих кредитів і загальним зростанням номінальних доходів. Первинне насичення новими товарами та послугами поряд з економічною кризою кінця 2000-х років трохи охолодило пострадянського «ненаситного споживача». Сьогодні модель гіперспоживання має потенціал для практичного пояснення поведінки тієї частини населення, яка може бути віднесена до сегмента гедоністів. Аналізуючи гедонізм як прояв стилю життя населення, М. Паращевін [Стиль життя, 2008, с. 315] використовував дані моніторингового дослідження Інституту соціології НАН України за 2006 та 2007 роки й виявив, що гедонізм як визначальна ціннісна орієнтація властивий для 8–10% населення України.

Модель пуританського споживання, яка стала традиційною для західної соціології, сьогодні привертає особливий інтерес у контексті досліджень реакцій на економічну кризу 2008–2011 рр. та в період пандемії 2020-2021 рр.

Основи дослідження пуританських практик споживання закладені у праці М. Вебера «Протестантська етика і дух капіталізму». Пуритани критично ставляться до надмірного споживання і демонструють добровільне самообмеження, при цьому такий стиль не пов'язаний із нестачею ресурсів. Пуританська модель також реалізовується в етиці «морального споживання» та «етичного консюмеризму», тому до сучасних пуритан можна віднести так званих зелених споживачів і відповідальних споживачів – тих, хто мотивований утилізувати відходи споживання і піклуватися про екологію.

У вітчизняній практиці соціологічних досліджень способу життя немає даних про специфіку поведінки сучасних пуритан, проте часто адаптації даної моделі можна зустріти в дослідженнях споживання покоління бекі-бумерів (1943–1963 рр. народження). Навіть з досягненням рівня благополуччя такі споживачі часто відмовляють собі в сьогочасних задоволеннях і враженнях, для них більш характерні накопичення на «чорний день» і покупка дорогих товарів тривалого користування [Андреева, 2011, с. 138]. У маркетингових дослідженнях можна натрапити на дані, що споживачі з подібною мотивацією і в даному віковому діапазоні становлять близько 20–25% платоспроможного населення України.

Сьогодні в західній соціології активно розробляється *модель дауншифтингу*, яка описує такі трансформації й нові стилі в організації робочого і вільного часу, облаштування побуту, ціннісні переваги, смаки сучасних західних споживачів, які проявляються в практиках споживчого мінімалізму і ретритизму, рухах «no-logo», в тренді «анти-розкіш» [Липсиц, 2012]. У загальному вигляді модель характеризується усвідомленою відмовою від загальноприйнятих зразків споживання, зміною стилю життя, усвідомленим переходом на низьку службову позицію або навіть зміною виду діяльності заради звільнення часу для особистого і сімейного життя. Мотивація обґрунтовується бажанням реалізувати свою мрію, жити заради себе. Зниження доходу тут розглядається як прийнятна плата за вільний час. У країнах Західної Європи частка *escape-people* (*escape* – від англ. «втеча») серед працездатних громадян зросла до 30%, серед американців і австралійців – до 20–25% жителів [Липсиц, 2012, с. 69]. У соціокультурних та економічних реаліях суспільства, яке трансформується, модель дауншифтингу має обмежене застосування, хоча й може бути проілюстрована вже наявними спільнотами «екопоселенців» на пострадянському просторі [Яковлева, 2011, с. 186].

Новий етап у розвитку стилів споживання знаходить відображення в моделях *контркультурного* і *просьюмерського* споживання, які узагальнено можна назвати моделями *творчого (креативного) споживання*. Формування цих моделей пов'язане з низкою передумов, одна з них – зміни в організації виробництва, перехід від конвеєрного виробництва до більш гнучких технологій, які створюють можливість підтримувати споживання в умовах перевиробництва. Смаки споживача дедалі більш диверсифікуються, зростають рівні освіти і бажання творчо реалізовувати свої здібності в практиках споживання товарів і послуг. Відзначимо, що в останні роки споживання послуг зростає особливо стрімко.

Модель просьюмерського споживання розроблена Е. Тоффлером і характеризує сучасного активного споживача-просьюмера (*prosumer*), який об'єднує в собі функції споживача (*consumer*) і виробника (*producer*). Після того, як стандартні товари та послуги перестануть задовольняти споживчий попит, подальше нарощування оборотів надвиробництва стане можливим завдяки кастомізації (*customization*) –

підгонці товарів і послуг під потреби конкретних споживачів. Прикладом кастомізації слугують товари категорії DIY (do it yourself), які передбачають активну участь споживача у створенні кінцевого продукту, наприклад виконання споживачем функцій робітника під час складання меблів ІКЕА.

Креативне споживання проявляє себе не тільки в естетизації повсякденності через облаштування оселі, а й у процесах соціального конструювання тіла, кулінарній творчості, фото- і відеозйомці, індивідуальному пошитті одягу [Ильин, 2011, с. 52–54]. Дослідники українських ринків називають просьюмерами близько 20–30% проактивних споживачів, які приділяють багато часу вибору товарів і послуг і можуть впливати на думку інших. Очевидно, що дія моделі на пострадянському просторі обмежена економічними факторами і проявляється лише в тієї частини населення, яка володіє не тільки матеріальним, а й часовим та інформаційним ресурсом, зокрема доступом до мережі Інтернет, що дає можливість реалізувати практики творчого споживання.

Сучасна адаптація моделі просьюмерського споживання набула свого продовження в аналізі *афіліативних практик споживання*. Афіліативний мотив споживання виникає завдяки рекомендації лідера референтної спільноти (часто знаменитості, актора та ін.). Спочатку такий стиль споживання виник як альтернатива масовому споживанню, але сьогодні він активно практикується для маніпуляцій споживчою поведінкою, приклади чого часто можна зустріти в різних соціальних мережах.

Прикладом *контркультурного споживання* як демонстрації протистояння масовому споживанню за допомогою придбання ексклюзивних товарів і послуг є образи і стилі споживання нових яппі, богемних буржуа («bobos» – авторський термін, скорочення від bohemian bourgeois); вони детально описані в монографії та публікаціях Д. Брукса [Brooks, 2000a; Brooks, 2000b]. У наших реаліях сучасне контркультурне споживання доступне вкрай малій кількості людей, проте схожі стилістичні механізми протистояння проявляються в різних молодіжних субкультурах.

Більшість розглянутих моделей розроблено в контексті стійких систем споживання західних країн, тому їх використання для аналізу споживання в суспільствах, що трансформуються, потребує перевірки з урахуванням соціокультурної й економічної реальності. У запропонованому вигляді класичні моделі можуть бути використані для опису деяких наростаючих тенденцій споживання, прояснення стильових трансформацій соціуму.

Пострадянські країни займають особливе місце за швидкістю запозичення зразків споживання, тому адаптація розглянутих моделей потребує конкретно-прикладних соціологічних досліджень в українських реаліях.

Саме по собі прагнення населення (не тільки еліт, а й широких верств) максимально наслідувати західні споживчі зразки вже свідчить про глибоку ціннісну трансформацію соціуму. Разом з тим, ключовою особливістю споживання на пострадянському просторі є обмежений доступ до ресурсів, які забезпечили б масове споживання всіх спільнот. Ресурси, цілі і швидкість запозичення зразків споживання неоднорідні, що в результаті формує в більшості населення відчуття недоспоживання, призводить до поляризації суспільства і посилення соціальної нерівності.

Вплив рівня доходу на стиль споживання, для соціальних дослідників, не є однозначним. Частіше за все базовими критеріями, на підставі яких розробляються типології споживачів виступають дохід, зайнятість, вік і освіта. Також споживачів розрізняють за соціально-демографічними, освітніми, економічними показниками, рівнем життя, стилем життя, статусом, психологічними і поведінковими характеристиками, віком, гендером тощо.

Дохід безумовно важливий фактор для підтримки стилю життя і індикатор купівельної спроможності. Проте ні рівень доходу, ні освіта і ні професія і повній мірі не визначають стиль. Коли за умов однакових доходів, освіти і професії, індивіди, які проживають по сусідству, обирають для себе різні товари, бренди, послуги, способи і місця відпочинку – це і є прикладом вибору споживачами різних стилів споживання.

Одна з найпомітніших тенденцій у змінах моделей споживання пов'язана із трансформаціями в гендерній диференціації. Перші зміни в гендерних стилях споживання проявилися в стилі унісекс, що виник у 60-х роках ХХ сторіччя.

Сьогодні у великих містах пострадянського простору можна побачити приклади практик стильового розмаїття. Разом з тим важливо розуміти, що стильова різноманітність у споживанні виникає на тлі достатніх ресурсів для його підтримки, тому в більшості пострадянських споживачів стильовий репертуар не такий широкий і гендерна стилістика споживання не є домінуючою потребою.

В маркетинговій традиції та в узагальнюючих моделях Ф. Котлера [Котлер, 2007], стиль споживання загалом розглядається як результат взаємовпливів економічних факторів, соціальних впливів та індивідуальних характеристик особистості, а споживання розглядається крізь призму соціальних і культурних детермінант. Саме фактори культурного рівня (культура, субкультура і соціальні ролі) тут є першопричинами, що визначають потреби, мотиви і ціннісні орієнтації у споживанні.

До факторів соціального порядку, автором в перу чергу відносяться первинні референтні групи (родина, близькі друзі, колеги), вторинні групи та референтні групи до яких індивід прагне наблизитись (не належить, але асоціює себе з привабливим стилем життя і споживання в групі). Споживач, який є членом великої кількості груп та виконавцем різних соціальних ролей, обирає для себе такі бренди, товари та послуги, які свідчать про його статус і наближують до референтної групи.

Референтні групи впливають на стиль споживання, принаймні трьома способами. По-перше, індивід стикається із новими способами і стилями життя; по-друге, референти впливають на уявлення індивіда про самого себе; по-третє, група підштовхує індивіда до конформістської поведінки і запозичення стилів.

Важливою особливістю споживання пострадянських країн є обмежений доступ до практик масового споживання поряд з високою цінністю таких практик. У більшості своїй населення володіє малими ресурсами, тому боротьба за підтримання рівня життя і спроби наслідувати західні споживчі зразки формують функціональні та фрагментарні практики споживання, практики, в яких соціальні мотиви часто не відповідають економічним можливостям споживача і його ресурсній базі.

Прикладами *функціональних і адаптивних* практик споживання, націлених на забезпечення споживання в умовах браку ресурсів, можуть бути покупки секонд-хенд, ведення особистого підсобного господарства жителями великих міст та ін. У *фрагментарних практиках* найчастіше порушується здоровий економічний сенс: приймаються такі рішення на користь покупок певних предметів і послуг, які не можуть бути задоволені в рамках існуючих ресурсів (наприклад, покупка останньої моделі мобільного телефона, яка суттєво вплине на структуру витрат усього домогосподарства).

Аналізуючи стилі споживання населення України, соціолог М. Шульга звертає увагу на те, що сьогодні спадкування стилів споживання проявляється скоріше в механізмах адаптації, ніж запозичення. Високі рівні освіченості і домагань у нашого населення зіставні із ситуацією в західних країнах, однак не підкріплені можливостями для масового споживання [Стиль життя, 2008, с. 346–363].

Розглядаючи російський досвід переходу до ринкової економіки, С. Цирель виділяє всього три стилі споживання, які можна визначити як габітусні. Це *мінімізоване споживання у бідних, накопичувальний стиль у населення із середнім доходом і стиль престижного споживання еліт* [Цирель, 2004, с. 46].

Водночас західні зразки споживання, які стають предметом запозичення, визначаючи стиль споживання населення країн, що трансформуються, хоча й прив'язані до соціальних позицій, проте не визначаються зразками настільки жорстко, як у суспільствах масового споживання. Різке зростання конвеєрного виробництва, що відбулося ще в 50-х роках ХХ століття, створило умови для отримання «ненаситним споживачем» можливостей для наслідування тих, хто «живе гідно» (наприклад, сусідів, які замінили старі меблі, побутову техніку або автомобіль на нові моделі). Тут ідеться скоріше про запозичення нових масових практик споживання, а не про наслідування зразків споживання еліт.

Подібний доступ до простору масового споживання населення пострадянських країн отримало тільки на початку 2000-х роках, коли ринки товарів і послуг стали співмірні витратам не лише нових багатих, а й ресурсам несформованого середнього

класу, що стимулювало відмову від традиційного і габітусного споживання і наростання стильового розмаїття у споживчих практиках.

За наших умов важливим регулятором споживання постає *габітусне споживання*, яке виникає в результаті тривалого перебування в соціальній позиції і дає можливість зберігати звичне споживання, слідувати давно прийнятим смакам в одязі, під час вибору продуктів харчування, у способах відпочинку і в структурі витрат. Приклади габітусного споживання найчастіше можна зустріти в сільських громадах. Тут обмеження, накладені сільським способом життя (його залежність від сільськогосподарських циклів, малий бюджет вільного часу, а також низький доступ до простору споживання і малий репертуар стилів), дають змогу слідувати габітусу найбільшою мірою. Сільські жителі порівняно з містянами відтворюють габітуси з минулої соціальної позиції у своєму новому стилі споживання особливо тривалий час.

РОЗДІЛ 2

СПОСІБ І СТИЛЬ ЖИТТЯ СІЛЬСЬКИХ СПІЛЬНОТ

2.1. Концептуальні засади соціологічних досліджень сільських спільнот

Спроби розуміння села традиційно розгортаються в площині порівнянь із містом. Більше двох століть у науковій дискусії з цього питання використовуються такі дихотомічні поняття і узагальнення: природне – культурне; сезонні цикли (зайнятість і спосіб життя) – відсутність впливу сезонності; побутовий комфорт – погані побутові умови; висока інтенсивність і щільність соціальних контактів – низька інтенсивність і низька щільність; швидкий ритм життя – уповільнений ритм життя. Загалом міське урбаністичне, сучасне, відкрите суспільство постає опозицією сільському, традиційному, аграрному, закритому сільському суспільству. Ця відмінність, маючи під собою соціальні, економічні, інституціональні підстави, отримує, зокрема, і культурологічне забарвлення – як прагнення до благ цивілізації через розрив із природним середовищем.

Концептуалізація соціологічного розуміння села і сільського соціального світу була розпочата працями класиків соціології Ф. Тьонніса, Е. Дюркгайма, М. Вебера, де закладені теоретичні основи дослідження сільських спільнот та виокремлені основні відмінності сільського способу життя, пов'язані з особливостями соціальної солідарності й мають органічний характер, із особливостями домінації традиційних цінностей у правилах і нормах, за якими живуть сільські спільноти.

Важливе теоретичне значення має дихотомія «спільнота і суспільство», введена в науковий обіг німецьким соціологом Ф. Тьоннісом у праці «Спільнота і суспільство» («Gemeinschaft und Gesellschaft») [Тьонніс, 2005 (Tönnies, 1887)]. «Gemeinschaft» (спільнота) розглядається ним як соціальне утворення, близьке за способом життя до сільської громади, а в понятті «Gesellschaft» узагальнюються соціальні особливості промислового, міського суспільства. В основі такого розрізнення лежать два типи «волі» як два типи організації соціального життя і

соціальних відносин. Перша «воля» – це інстинктивна, сутнісна «Wesenwille», за якої людина діє на основі емоційної близькості; друга «воля» – це розумова «Kurwille».

У сільській спільноті переважають види зв'язків, що ґрунтуються на сутнісній і інстинктивній «волі», а в суспільстві міста – зв'язки, які визначаються розумовою «волею». Особливий тип солідарності, властивий сільській спільноті, проявляє себе в тому, що життя в селі має «характер сусідства», чому сприяють також «численні контакти між людьми, їх звичка до близького знайомства один із одним, викликана необхідністю спільної праці задля підтримки порядку та управління в селі» [Теннис, 2002, с. 26]. Відповідно, соціальні відносини в таких суспільствах належать до типу емоційних взаємозв'язків, що виникають із родинних, сусідських, дружніх зв'язків. У суспільстві, яке виникає внаслідок урбанізації, люди емоційно віддалені одне від одного, а відносини між ними засновані на раціональному спілкуванні, тому не сформовані внутрішні джерела підтримки солідарності.

Для вияву специфіки сільських соціальних спільнот велике значення має концепція Е. Дюркгайма стосовно переходу від механічної до органічної солідарності через суспільний поділ праці. Архаїчне (традиційне) сільське суспільство характеризується механічною солідарністю людей, схожістю індивідів у виконуваних суспільних функціях, слабким розвитком індивідуальних і особистісних рис; інтегрувальну роль у такому суспільстві виконує загальна свідомість. Механічна солідарність властива архаїчним суспільствам, сформованим на общинно-родовій, клановій і територіальній основі, тому поширена в групах з малою кількістю населення, які пов'язані кровноспорідненими та етнічними зв'язками. Отже, в Дюркгайма, як і в Тьонніса, підкреслюється особливий характер соціальних відносин у селі, які ґрунтуються на емоційних взаємозв'язках. У міському суспільному середовищі, заснованому на принципах органічної солідарності, людина наділена індивідуальністю і виконує специфічні функції, спеціалізуючись на певному виді діяльності, яка і відокремлює її від інших. Поділ праці, спеціалізація виконує в сучасних суспільствах таку ж інтегрувальну роль, яку в архаїчному суспільстві виконує колективна свідомість.

У концепції соціального розвитку М. Вебера розглядається зростання осмисленості та раціональної діяльності, які призводять до того, що в індустріальному суспільстві, й особливо в капіталістичних (ринкових) спільнотах, починає панувати цілераціональна дія, а в традиційному суспільстві організація соціального життя продовжує бути заснованою на базовому, властивому сільському способу життя почутті спорідненості, тому тут домінує традиційна дія, в якій регулятором є звичай.

Дихотомічність соціальних відносин та специфіка міського і сільського соціального простору були концептуалізовані у соціологічних дослідженнях через парні категорії, застосування яких дає можливість здійснювати порівняльний аналіз сільських та міських спільнот (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Ключові категорії, що застосовуються для аналізу міського та сільського соціумів (за Г. Беррімен [Berreman, 1978])

Автори	<i>сільське</i>	<i>міське</i>
Кребер, Клакхон, Тойнбі	примітивне	цивільне, складне
Вірт	сільське – народне	міське – індустріальне
Тьонніс	спільність	спільнота
Мейн	статус	контракт
Дюркгайм	механічна солідарність	органічна солідарність
	священне	світське
	нормативна інтеграція	Аномія
Стюард	групове суспільство	складне суспільство
Сапір	культура справжня	культура привнесена
Маркс	реалізація	відчуження
Вебер	звичай, традиційна дія	цілераціональна дія
Маннгейм	субстанціональна раціональність	функціональна раціональність
Мертон	референтні та членські групи конгруентні	референтні та членські групи несумісні

Загалом соціально-філософські засади концептуалізації сільського соціуму, які склалися в науці напередодні ХХ ст., поділялися практично всіма науковцями, які зверталися до цієї проблематики, хоча, безумовно, існували відмінності в методології та термінології дослідників. Як правило, використовувалося протиставлення

сільських і міських реалій для пояснення контексту модернізації з виявленням проблем переходу традиційної сільської спільноти до сучасного суспільства з розвиненою міською структурою, індустріальною організацією виробництва, капіталістичними відносинами.

Місто вважалось типом поселення, в якому максимально повно реалізуються особливості і характеристики сучасного суспільства – глибокий поділ праці, складна система соціального управління, формальна система регуляції відносин, переважання деперсоніфікованих контактів, рольовий характер взаємодій, велика кількість соціальних інститутів тощо. Натомість сільська спільнота розглядалася як максимально наближена до традиційного (архаїчного) типу суспільства з його природним поділом праці, персоналізованими особистісними контактами, сімейно-родинними зв'язками, примітивною системою суспільного управління і неформальною регуляцією взаємодії через «неписані» норми. Таким чином, процес модернізації суспільства включав як важливу складову розвиток міських відносин на селі.

Загальні тези про сутність сільського способу життя як уособлення традиціоналістських норм і цінностей поступово стали розгортатися в конкретні емпіричні соціологічні дослідження сільських спільнот і стали основою для прикладних досліджень села, присвячених проблемам проникнення капіталістичних відносин і міського способу життя в село, проблемам масової міграції селян у місто, зростанню сільського безробіття тощо.

Можна порівняти зокрема праці М. Вебера «Положення сільськогосподарських робітників Східно-Ельбської Німеччини» [Вебер, 2005] із працею Леніна цього ж періоду «Нові господарські рухи в селянському житті»¹. Констатує зміни в соціальній структурі, в соціальних відносинах, в організації життя і в характері

¹ Для Вебера об'єктом аналізу були східні провінції Німеччини, для Леніна – південні аграрні райони на прикладі Таврійської губернії (сучасні території тимчасово окупованої АРК Крим, Бердянський, Мелітопольський райони та частина Одеської області України). Вебер, окрім даних власного кількісного дослідження методом анкетування на землях Східної Ельби, спирався на широкий статистично-економічний матеріал, земельні карти, залучав дані місцевих адміністративних органів, проводив власні розрахунки. Обидва дослідники завершили і опублікували свої праці в 1892–1893 рр. Це були перші серйозні соціологічні праці з найгострішої селянської проблеми в Німеччині і Російській імперії. Резонанс від висновків авторів був настільки великим, що в наукових і політичних колах вони одразу ж стали визнаними експертами з аграрної тематики і з питань соціальних наслідків від упродовження капіталізму в соціальні відносини на селі¹.

сільськогосподарської праці, обидва дослідники акцентували на політико-економічній та соціальній стороні аграрного питання, тому і до результатів вони прийшли в чомусь дуже схожих, помітивши в динаміці сільськогосподарського розвитку чітку тенденцію «до посилення та поглиблення капіталізму» в аграрній галузі, протистояти яким неможливо.

Роботи цього періоду частіше розглядали село в контексті загальних процесів соціального розвитку і мали на меті обґрунтування і розв'язання суперечностей, які супроводжували перехід від традиційного аграрного суспільства до індустріального, від феодального – до капіталістичного.

Проте найактивніше сільську проблематику розробляли американські соціологи. В ASA (Американському соціологічному товаристві) у 1922 р. була створена «сільська секція», що фактично ознаменувало виокремлення соціології села як окремої галузі соціологічного знання та початок класичного періоду соціології села. Американська соціологія села використовувала соціально-структурний та соціально-проблемний підходи, які відрізнялися від класичного соціально-філософського підходу європейської соціології, були переважно зосереджені на аналізі проблемних процесів, які відбувалися в сільській місцевості, та економіці сільських підприємств (ферм) тощо.

У працях П. Сорокіна, К. Ціммермана, Ч. Гелпіна, У. Томаса і Ф. Знанецького [Томас, Знанецкий, 1992] у 1910–20-х роках з'являються перші власне соціологічні дослідження села. Зокрема монографія Ч. Гелпіна «Соціальна анатомія сільського суспільства», видана у 1915 р., традиційно вважається першою працею з галузевої соціології села. У ній демонструється, як на основі магазину, церкви, молочної фабрики, коледжу, бібліотеки, школи, сільської газети формуються організації сільських спільнот та вказані методи об'єктивного зображення взаємозв'язків між сільськими центрами й околицями села [Galpin, 1915].

Значущими працями цього періоду були також «Систематична хрестоматія по сільській соціології» (П. Сорокін, К. Ціммерман, Ч. Гелпін, 1929 р.) [Sorokin, Zimmerman, Galpin, 2007], «Принципи сільської та міської соціології» (П. Сорокін, К. Ціммерман, 1929 р.) [Sorokin, Zimmerman, 1929], в яких розроблена концепція

сільсько-міського континууму: місто органічно пов'язане із селом саме як парний елемент дихотомії соціально-територіальної цілісності суспільства.

Однією з важливих відмінностей американської традиції також є те, що місто і село в ній не протиставляються одне одному, відстоюється думка, що між ними існує безліч перехідних форм із різним ступенем прояву рис, притаманних тому чи іншому типу поселення. Необхідність цілісного аналізу сільських і міських спільнот як взаємопов'язаних типів соціально-територіальної структури була обґрунтована в монографії П. Сорокіна і К. Ціммермана «Основи сільської та міської соціології». Відповідно до концепції авторів, сільська спільнота не зникає з розвитком індустріального суспільства, оскільки є основою сільськогосподарського виробництва, а завдання дослідників полягає у виробленні критеріїв визначення специфіки поселенських спільнот.

На відміну від Ф. Тьонніса та М. Вебера, які акцентували на якісних характеристиках сільських спільнот, П. Сорокін і К. Ціммерман виділили як основні структурні ознаки села кількісні ознаки: рід занять (сільські спільноти спеціалізуються переважно на сільськогосподарському виробництві, а міські урбаністичні центри – на промисловому виробництві); тип навколишнього середовища («природна» природа в сільських поселеннях і штучна «друга природа» в місті); ступінь соціальної гетерогенності (село соціально значно більш однорідне порівняно з містом); ступінь мобільності та інтенсивності соціальних взаємодій (у місті мобільність значно інтенсивніша). Обираючи за об'єкт дослідження села та малі американські міста, автори застосовували кількісну методологію, виокремлювали об'єктивні відмінності в структурі американських малих міст та сіл.

Розвиток цієї традиції соціологічних досліджень села продовжується у Великобританії, де протягом 1939–1940 років К. Аренсберг і С. Кімболл проводять дослідження сіл Уельсу та Ірландії [Arensberg, Kimball, 1940]. У 1956 р. Ф. Денніс, Ф. Енрікіс і К. Слатгер вивчають соціальну структуру і місцеву культуру вугледобувного села в Йоркширі [Dennis, Henriques, Slaughter, 1956].

Далі розвиток практичних емпіричних досліджень сільських спільнот пов'язаний із «соціологією міста» та періодом становлення у США наукового

напряму community studies. Об'єктом досліджень community studies часто ставало типове для американського суспільства мале місто. Передбачалося, що результати, отримані в ході дослідження локального співтовариства, можна екстраполювати на все суспільство. Результати вивчення структур і процесів всередині малого міста використовувалися в узагальненнях на макросоціальному та загальнонаціональному рівнях.

Своєю метою в дослідженні малих міст соціологи вважали дослідження соціальних явищ у природних умовах і в усій повноті зв'язків. Один із найвідоміших представників community studies Л. Уорнер так описував мету цих досліджень: «У своєму дослідженні я звернувся до локального соціуму як до мікрокосму, який представляє всю американську спільноту» [Грунт, 1982]. В ході дослідження використовувалася, як правило, методологія структурно-функціонального аналізу та якісні методики вивчення спільнот.

Протягом 25 років досліджень (1930–50 рр.) були запропоновані конкретні методи дослідження ознак. Л. Уорнер використовував дві методики вивчення: по-перше, це адаптований під традицію включеного спостереження метод «включеного оцінювання», по-друге, – «метод індексації статусних характеристик», який припускає кількісну оцінку соціально-економічного статусу респондента, його рід занять, джерело та розміри доходів, типу житла, району проживання тощо. Разом з тим «включене оцінювання» відіграло незначну роль, аналіз Уорнера ґрунтувався переважно на судженнях, на розлогіх глибоких інтерв'ю і наративах мешканців малих міст [Добрякова, 2001].

Соціокультурний підхід у межах американської традиції досліджень сільських спільнот тісно пов'язаний із виходом у 1918–1920 рр. роботи «Польський селянин в Європі та Америці» Ф. Знанецького та У. Томаса з викладенням матеріалів та підсумків дослідження, яке тривало більш ніж 10 років і було присвячене адаптації польських селян-емігрантів до нових умов життя у США. Вперше як емпірична основа дослідження широко використовувалися особисті документи (листи, біографічний і автобіографічний матеріал); один із томів цієї фундаментальної праці

складається з автобіографії польського емігранта Владека, який описав свій шлях від провінційного Копіна в Польщі до Чикаго.

Розглянувши роль і вплив родини на особисте життя кожного селянина, контроль за його вчинками і способом життя з боку спільноти, значенням неформальних практик, Ф. Знанецький розробив теорію спільноти, за якою село можна розглядати як спільноту індивідів із натуралістичної точки зору, де сільська спільнота постає як надособистісна сутність, об'єднана спільною культурою. Характер пристосування та адаптації селянина до міського соціального оточення в ній розкривається через три типи взаємодії особистості та соціального середовища: «богемний» – пристосовується до ситуаційних умов, коли особистість не знаходить твердої опори в собі і пливе за течією; «міщанський» – спирається на традицію, не виявляє соціальної гнучкості; «творчий» – спирається на власні сили, спроможний змінювати моделі поведінки, культуру, спроможний на винаходи та інновації. Далі істотною відмінністю сільської спільноти від територіально-поселенської є та обставина, що тут домінантною ознакою слугує не територія, а однорідність, «спільність» складу самої групи. При цьому, як правило, мається на увазі належність до одного соціального статусу, схожих стилів життя, близької системи цінностей, які загалом ставлять соціокультурну єдність мешканців села [Американская социология, 1972, с. 106–115].

За своїми загальними методологічними основами дослідження села як соціокультурної спільноти продовжується в межах наукового напрямку *community studies*. Ця лінія розвитку досліджень і концептуалізації галузі соціології села підтримується в європейській соціології, зокрема, у межах «континентальної» монографічної школи, яка особливо активно розвивається у Франції та Румунії.

Соціокультурний підхід до вивчення сільських спільнот, де виникла монографічна школа сільської соціології, що спирається на методи, запозичені з етнографії, культурної та соціальної антропології. Її основи закладені французьким соціологом Фредеріком Ле Пле, а найбільші здобутки пов'язані з працями румунського дослідника і засновника Бухарестської монографічної школи Дімітріє Густі.

Сутність монографічного методу полягає у всебічному, цілісному і комплексному аналізі локального об'єкта як кейсу (сукупності типологічно схожих сільських локальних спільнот), які аналізуються як типові для класу явищ.

Д. Густі відстоював думку, що саме монографічний метод є найбільш адекватним інструментом соціологічного пізнання села, оскільки дає змогу зберігати найтісніший зв'язок із конкретною соціальною реальністю. «Тому що монографія характеризується тією ж внутрішньою єдністю, що і життя суспільства... Конкретну соціальну реальність складають людські об'єднання, групи, громадські інститути, тобто соціальні одиниці. Ми ніде не знайдемо терміна «суспільство» – суспільства завжди конкретні: село, місто, нація, держава. Соціології як науці соціальної реальності залишається лише поважати таку структуру і вивчати її в тому вигляді, в якому вона є» [Село Копанка, 1938].

Яку ж саме соціальну одиницю слід вивчати? Для румунського соціолога відповідь однозначна: село. «Завдяки якійсь пантеїстичній міцності село стоїть на сторожі метафізичного зв'язку між суспільством і вічністю. У глибинах села і по цю пору заховані дивовижні, небачені таємниці; ті істини, що воно розкриває, дають справжній ключ до розуміння суспільства ... Наука про суспільство, заснована на науці про село, відкриває перед нами небачені горизонти і вселяє в нас великі надії» [Советская социология, 1982].

Типовим прикладом досліджень монографічної школи є кейс молдавського села Копанка, яке тричі ставало об'єктом моніторингу в минулому столітті. У 1930-х роках село було обстежене представниками Бухарестської монографічної школи з метою вивчення соціокультурних ознак сільської спільноти. Друге дослідження села проводилося через 25 років, а ще через чверть століття, у 1980–1981 рр., проведено третє обстеження, аналогічне попереднім. На відміну від румунських дослідників, радянські автори, окрім монографічного опису, намагалися виявити стан суспільної свідомості селян і зареєструвати зрушення у способі життя сільських мешканців. Інтерес до кейсу села зберігається і досі [Осипов, Староверов, 2014].

Сучасні монографічні роботи з опису українського села зосереджуються на усних біографічних історіях, зокрема є окремі праці з усної історії української

селянської культури часів колективізації 1920–30-х років та усні історії деколективізаційного періоду в Україні 1990-х років [Нолл, 1999; Усна жіноча історія, 2003; Схід/Захід, 2008; Ханенко-Фрізен, 2008; Пост фестум, 2011; Україна Модерна, 2011; Бех, 2012; Грінченко, Реброва, Романова, 2014; Khanenko-Friesen, 2008]. Цікавими є результати автобіографічного опитування респондентів у десяти регіонах та областях України (АР Крим, Дніпропетровська, Київська, Львівська, Одеська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Тернопільська та Харківська області). Опитування здійснювалося у 2007–2009 рр., було записано 120 інтерв'ю з колишніми колгоспниками, більшість із яких уже розшифровано і становить неабиякий інтерес для тематики.

Класичний період дослідження сільських спільнот припадає на кінець 60-х – початок 70-х років ХХ сторіччя і завершується разом із публікацією монографії «Community Studies» (1971) К. Белла і Г. Ньюбі у Великобританії. Автори, оцінюючи методологію класичної епохи досліджень *community studies*, дають їй критичну оцінку, констатуючи, що вона «абсолютно відступає від того, що колись називалося «науковою об'єктивністю» [Bell, Newby, 1971]. Ця критична позиція обґрунтовувалася тим, що з точки зору позитивістської науки досліджуване явище повинно бути відтворюваним і незалежним від контексту дослідження. Лише в цьому разі результати дослідження можна порівнювати з результатами інших досліджень і робити узагальнення. Проте попередня традиція вивчення *community studies* не задовольняє цих вимог, адже конкретна соціальна спільнота і структура (зокрема і село) часто унікальна, що обумовлено дією зовнішніх факторів, невідтворюваних для інших спільнот. Із цієї ж причини можна припустити, що класична традиція дослідження села як локальної спільноти часто не відповідає й такому важливому принципу наукового дослідження, як репрезентативність. Згідно з цим принципом, вибіркова сукупність має відповідати завданням дослідження і за можливістю містити всі характеристики генеральної сукупності, а отже, результати досліджень одного сільського об'єкта будуть справедливі і для інших (схожих, або аналогічних) об'єктів. Із точки зору репрезентативності недостатньо обґрунтованим видається поширення висновків *community studies* на все суспільство. Американський соціолог

М. Стейсі наводить ще один критичний погляд на дослідження community studies: «Такі дослідження, це, по суті, простий опис; вони ближчі до мистецтва, ніж до науки, вони ідіосинкратичні і невідтворювані; отже, вони марні (даремні, не приносять користі) для науки, яка заснована на методі порівнянь» [Bell, Newby, 1971].

Критика позитивістів призвела до того, що акцент у дослідженнях сільських спільнот перемістився на аналіз сільських місцевостей і поселень. У 1970-х і 1980-х роках більш поширеними стають порівняльні дослідження місцевих ринків праці, локальних соціальних і демографічних змін у сільських місцевостях, аніж описові та аналітичні дослідження окремих поселень. Більша частина нових досліджень справді мала порівняльний характер, часто здійснювалася географами та економістами згідно із задекларованою актуальною проблематикою країн.

Окремий внесок у розвиток концептуальних засад дослідження села належить радянській соціології села. Особливої уваги заслуговує новосибірська школа сільської соціології під керівництвом Т. Заславської, яка формується в кінці 60-х і на початку 70-х років у ході вивчення процесів міграції сільського населення (Т. Заславська, Р. Ривкіна та ін.) [Методология и методика системного изучения советской деревни, 1980]. Перше дослідження, яке мало конкретний і прикладний характер, було спрямоване на аналіз факторів міграції сільського населення Новосибірської області та розроблення практичних рекомендацій із регулювання цього процесу [Миграция сельского населения, 1970]. Проте сукупність факторів, які викликали міграцію, виявилася настільки широкою, що дослідження «переросло» свої початкові межі проекту і стало основою наступних досліджень, об'єктом яких була вже не сама міграція, а село як система життєдіяльності населення, що включає в себе весь комплекс умов життя і праці [Методология и методика системного изучения советской деревни, 1980]. Усі подальші дослідження були присвячені комплексному опису села як системного об'єкта і набули характеру систематичного моніторингу сільських районів Алтаю й Новосибірської області [Социальная траектория реформируемой России, 1999]. До середини 80-х років у межах школи були розроблені базові положення методології для системного вивчення села.

Методологічні основи досліджень села в межах новосибірської школи, поступово змінювалися. У перших працях село як об'єкт дослідження визначалося «як частина суспільства, яка залишається після вирахування міста» [Заславская, 1972], та як відносно відсталий елемент соціально-поселенської структури суспільства, робився висновок про те, що в процесі суспільного розвитку села будуть зникати. Як основні підсистеми села розглядалися трудові ресурси і система розподілу робочих місць.

Пізніше [Методологические проблемы системного изучения деревни, 1977] село визначається як сукупність сільських сільськогосподарських поселень, що порівняно з містом мають суттєві соціально-економічні особливості. Вводиться поняття соціально-поселенської структури села, елементами якої є типи поселень. Ведення особистих селянських господарств (ОСГ), яке є невід'ємним елементом сільського способу життя, істотно впливаючи на життєдіяльність, соціальні якості, ціннісні орієнтації та міграційні установки селянина, також осмислювалось у дослідженнях новосибірської школи.

Численні емпіричні дослідження сільських спільнот, здійснені Інститутом соціологічних досліджень АН СРСР у середньоросійських, молдавських, удмуртських (1982–1983 роки), чуваських (1984–1985 роки) селах, продемонстрували, що сільська спільнота як соціально-територіальна спільність «не вміщується» в рамки теорії соціальної структури.

У дослідженнях В. Староверова було сформульовано поняття об'єкта досліджень соціології села, під яким розуміється «мала соціально-територіальна спільнота як системна поліструктурна сукупність соціальних зв'язків і повсякденних практик проявів таких зв'язків» [Староверов, 2003]. Принципово новим тут є погляд на значення і відтворення соціальних зв'язків і відносин всередині локальних сільських середовищ.

Із середини 1990-х років аналіз особливостей соціальної взаємодії в сільських локальних спільнотах концептуалізується російськими соціологами як мережевий процес, зокрема в контексті неформальної економіки, що міцно вкорінені в соціальну структуру та інститути сільського соціуму. Цим проблемам присвячені праці

Т. Шаніна (засновника і керівника Центру аграрних реформ, що активно функціонує і в наш час і є однією з провідних наукових шкіл дослідження сучасного села), а також В. Виноградського, О. Фадєєвої та інших авторів.

Сільський соціум виживає саме завдяки соціальним мережам, а стратегії виживання сільського населення найчастіше ґрунтуються на комбінації економічних і морально-економічних дій, спрямованих не лише на відтворення конкретного домогосподарства (сім'ї), а й для більш широкомасштабних соціальних організацій (сусідських об'єднань, територіальних спільнот). Разом із цим поведінку соціально-територіальних спільнот треба розуміти як похідну від соціальних мереж, елементами яких вони є.

Нинішній етап сучасних дослідників зосереджений на вивченні сільських спільнот як соціальних систем; аналізує способи, за допомогою яких сільські спільноти пристосовуються до змін, викликаних зовнішніми економічними і соціальними зрушеннями (наприклад, звертаються до проблем «реструктурування» сільського сектору та сільської економіки внаслідок глобалізації та інших широкомасштабних трансформацій). Підвищена увага дослідників до подібної теми викликана тим, що сільські спільноти є найбільш уразливими елементами в умовах глобальної конкуренції. Провідною темою досліджень стають процеси субурбанізації. Дослідники, які вивчають вплив глобалізації у селі, вивчають способи, за допомогою яких мережі соціального капіталу та інша «соціальна інфраструктура» дають змогу здійснювати їх прогресивну адаптацію до економічних та інших змін у соціальному просторі.

У 1990-х роках у всьому світі починається відродження наукового інтересу до вивчення локальних спільнот. Американський соціолог М. Балмер відзначає дві причини такого процесу. По-перше, з точки зору методології, – теорія спільнот тепер використовується для вивчення мереж і соціальних зв'язків. По-друге, з практичної точки зору інтерес до вивчення спільнот обумовлений світовими процесами децентралізації, під час яких саме локальні спільноти стають важливими агентами соціального розвитку. Це спричинює зростання уваги до досліджень села, аналізу природи, можливостей та прогнозування майбутнього сільських спільнот.

Отже, розглядаючи процес дослідження сілських спільнот можна виокремити американську школу соціології села, в якій у межах соціоструктурного та соціально-проблемного підходів був накопичений досвід емпіричних досліджень на основі спеціально розроблених методик, а також соціально-культурний підхід із використанням феноменологічної парадигми представлений у працях У.Томаса та Ф. Знанецького та в традиціях досліджень континентальної монографічної школи Франції та Румунії.

Надалі рух від протиставлення села і міста в загальнотеоретичних уявленнях, через соціоструктурний, соціокультурний та економічний напрями соціологічних досліджень села призвів до створення цілісного наукового напрямку *community study*.

Сучасне застосування концептуальних засад дослідження сілських спільнот у дослідженнях мережевої теорії та теорії обмінів відкриває нові площини аналізу процесів, що відбуваються в сільському соціумі. Суть досліджень, якщо узагальнити різні підходи, полягає в тому, що як об'єкт дослідження вибирається соціальна одиниця, досить ізольована географічно, і на її прикладі вивчаються ті чи інші соціальні інститути, процеси, відносини; при цьому, як правило, досліджуються і суміжні проблеми. Локальні спільноти розглядають як простір соціальної солідарності, вивчаючи, зокрема, прив'язаність до локального місця, місцевої культури на прикладах трансграничних досліджень.

Отже, сама логіка розгортання досліджень сілських спільнот дає підстави констатувати, що специфіка села як досліджуваного об'єкта і, відповідно, специфіка способу життя мешканців села передбачає об'єднання соціоструктурного, соціокультурного та економічного підходів, зокрема через комбінацію методів збору даних у дослідженнях сілських спільнот.

Водночас для здійснення комплексного дослідження необхідно попередньо вибудувати систему показників, у яких може бути операціоналізований сільський спосіб життя.

2.2. Показники сільського способу життя

У соціології категорія «спосіб життя» (англійською – way of living, німецькою – Lebensweise) застосовується для відображення способу, форм та умов індивідуальної й колективної життєдіяльності людини (трудових, побутових, соціально-політичних, культурних тощо), які є типовими для конкретних історичних, соціальних та економічних відносин [Михайльова, Шкурапет, 2020].

Це загальносоціологічна категорія, яка інтегрує закони, принципи і норми, відповідно до яких живуть люди в суспільстві у конкретний час і дає можливість комплексно, у взаємозв'язку розглядати основні сфери життєдіяльності людей. Відповідно під специфічно сільським способом життя ми розуміємо форми, умови та якісні показники життєдіяльності сільських мешканців.

Спосіб життя традиційно розглядається як явище, першедусім соціальне, обумовлене суспільно-економічними та політичними умовами життєдіяльності, що разом із індивідуальними цінностями, інтересами й мотивами здійснюють визначальний вплив на життя людини. Водночас спосіб життя конкретної людини часто описується як характеристика повсякденних занять і практик, способів організації часу та розподілу пріоритетів. У цьому контексті сільський спосіб життя постає як узагальнена характеристика особливостей повсякденного життя сільських мешканців. Отже, перед нами – комплексний феномен, межі якого не можна назвати чіткими, оскільки в них співіснують як суспільно-економічні, так і індивідуально-особистісні характеристики життєздійснення.

Переходячи до операціоналізації змісту поняття сільського способу життя частіше за все починають з доробку Т. Заславської і Р. Ривкіної [Методология и методика системного изучения советской деревни, 1980], які подають наступну систему показників сільського способу життя: 1) чисельність населення і ступінь його стабільності, характер природного і механічного руху населення; 2) рівень організації матеріально-просторового середовища, ступінь благоустрою поселення; 3) характер і складність галузевої та професійної структури суспільного виробництва, ступінь розвитку промисловості, будівництва, транспорту; 4) рівень розвитку обслуговування

(сфери послуг), тобто організації всіх форм споживання; 5) соціальні функції поселення (його роль в управлінні суспільством, функції щодо навколишніх населених пунктів); 6) спосіб життя населення; 7) ставлення до населеного пункту як до міста або як до села 8) стан свідомості (специфічні для даного населення норми, цінності і думки). Ця система показників широко застосовувалася в 1960–1980 рр. для опису села як об'єкта досліджень, і фрагментарно використовувалася різними авторами під час досліджень окремих сфер життєдіяльності радянського села і також залишається загальноживаною для опису сільського способу життя [Присяжний, 2011].

Водночас реконструкція даних із досліджень, описаних нами у підрозділі 2.1, показала, що коло показників сільського способу життя фактично значно ширше й потребує не просто доповнення наведеного вище переліку, а його змістовної переструктуризації.

Виокремлення аналітичний спосіб тих складових способу життя, на яких переважно концентрувалися дослідники, показало, що предметом дослідження здебільшого обиралися: 1) змістовні характеристики практик; 2) динаміка повсякденної активності; 3) суб'єктивні оцінки способу життя. У кожному з цих напрямів аналізу сільський спосіб життя може бути представлений групою показників, які, у свою чергу, розгортаються в перелік індикаторів. Отже, комплексна система показників власне сільського способу життя може бути побудована в координатах його змісту, динаміки і сенсу.

Зміст сільського способу життя можна описати через три групи показників, які характеризують сільську спільноту: 1) ресурси сільської спільноти; 2) профіль сільського мешканця; 3) практики і види активності. Розглянемо ці показники ретельніше.

1. Ресурси сільської спільноти є загальною назвою комплексу показників, які характеризують особливості територіально-поселенської, соціально-економічної структури й соціокультурного середовища. Загалом подібні показники представлені в будь-яких дослідженнях сільського способу життя. Проте характер їх використання різний. Вони можуть бути елементом соціально-економічної характеристики

поселення або використовуватися для соціокультурного аналізу. У соціологічних дослідженнях саме ці показники є опорними для опису специфіки сільського поселення як об'єкта дослідження.

1.1. Територіально-поселенська структура операціоналізується в таких індикаторах: 1) земельні ресурси (характеристика природних умов, що визначають сільськогосподарську спеціалізацію); 2) територіальні ресурси (розмір та розташування населеного пункту); 3) людські ресурси (кількість мешканців, соціодемографічна структура, характер зайнятості мешканців); 4) функціональне значення населеного пункту (спеціалізація на розв'язанні завдань добового чи тижневого циклу). Головною досліджуваною одиницею територіально-поселенської структури є «село».

До сільських населених пунктів належать: село, селище, хутір. *Село, сільський населений пункт, сільське поселення*² – єдине компактне місце проживання людей, зайнятих переважно в сільському господарстві та інших територіально розосереджених галузях, забезпечене об'єктами соціального та виробничого призначення. *Селище* – велике або значне сільське поселення, що є адміністративно-господарським центром. *Хутір* – відокремлене від села самостійне сільське поселення, що має назву, в якому проживає сім'я або кілька селянських сімей, які займаються переважно сільським господарством [Планування і забудова сільських поселень, ДБН Б.2.4-1-94].

Індикатори, що використовуються для опису територіально-поселенської структури, водночас можуть залучатися як критерії для типологізації сільських поселень. В уже згадуваному вище дослідженні Т. Заславської та Р. Ривкіної ключовим критерієм, що відрізняє село від міст і поселень міського типу, вважалася не кількість мешканців чи розмір території населеного пункту, а переважна зайнятість мешканців роботою в аграрному комплексі і виробництві сільськогосподарської продукції [Методология и методика системного изучения советской деревни, 1980]. Той самий принцип використано і у типології з п'яти видів сільських поселень, яку

² Виходячи з цього визначення ми використовуємо поняття «село», «сільський населений пункт» та «сільське поселення» як синонімічні.

запропонував В. Староверов [Староверов, 1975]. Українські соціологи розробили типологію *дванадцяти типів сільських поселень*, взявши за основу ознаки чисельності, зайнятості та міграційного руху населення [Шепотько, Прокопа, Максим'юк, Гудзинський, Полонський, 1997].

У дослідженнях Інституту соціології НАН України використано типологію, яка відбудовує п'ять ієрархічних рівнів у системі сільського розселення України. В її основу покладено критерій спеціалізації села на розв'язанні завдань добового чи тижневого циклу, що відтворює моделі функціонального значення села [Соціальні виміри поселенської структури, 2004, с. 56]. Хутір (двір), пересічне село і центральне село – постають як такі села, в яких замикаються зв'язки переважно добового циклу, а «кущовий центр» і райцентр – села, в яких замикаються зв'язки переважно тижневого циклу.

Для цілей нашого подальшого дослідження найбільше підходить саме ця типологія, оскільки зміни функціонального значення сільських поселень за останнє десятиріччя дають можливість описати впливи територіально-поселенської структури на організацію простору споживання. Автори зазначають, що у 90-ті роки разом із припиненням існування виробничих комплексів багатьох сільських господарств (у радянські часи – базові «одиниці сільського розселення») і занепадом мережі радгоспів, агросервісних і переробних підприємств зросло значення пересічних сіл і зменшилося значення центральних сіл, реакцією на що стала автономізація сервісних функцій добового циклу на рівні пересічного села (зокрема, зростання кількості торгових точок) і автономізація хутора (тенденція до самозабезпечення і натуралізації). Як наслідок, частину функцій з обслуговування населення і забезпечення процесів споживання перебрали на себе «кущові центри» і райцентри.

1.2. Соціально-економічна структура сільського способу життя може бути описана через такі індикатори: 1) наявність об'єктів виробничої сфери та їх характер; 2) ступінь благоустрою поселення (газифікація, тип водопостачання, наявність централізованої каналізації, вивезення сміття, прибирання снігу тощо); 3) наявність і стан об'єктів соціальної сфери (школа, діючий клуб, пошта, фельдшерський пункт

тощо); 4) специфіка транспортного сполучення (регулярність, вартість, швидкість тощо).

Відомості щодо соціально-економічної структури сільського поселення отримуються насамперед зі статистичних джерел. В Україні це можна зробити за допомогою різних форм статистичного обліку³. На жаль, дані спостережень підтверджують, що інформація статистичного обліку про село не завжди є повною і точною. Для отримання комплексних показників із соціально-економічної структури сільського способу життя необхідно поєднувати дані з офіційних статистик із оцінками зсередини, проводити спостереження і порівняння з іншими сільськими населеними пунктами.

1.3. Ресурси соціокультурного середовища можна представити через такі індикатори: 1) особливості комунікації сільської спільноти із зовнішнім середовищем (доступ до джерел інформації та засобів зв'язку і специфіки їх використання [Гончарук, 2006; Проблеми сільських територій, 2013]; 2) особливості комунікації всередині спільноти (залученість до релігійних громад, сільського самоврядування, мереж взаємодопомоги тощо).

Розглянуті ресурсні показники обумовлені економічними, інституціональними і навіть географічними параметрами і можуть суттєво обмежувати спосіб життя, певною мірою уніфікуючи його. Тому, описуючи село за ресурсними показниками, необхідно мати на увазі не лише відмінність у ресурсних можливостях міста і села, а й відмінність між різними селами й різними регіонами України.

2. Показники профілю мешканців сільської спільноти є такою групою показників, що описують зміст сільського способу життя. Цей профіль формується насамперед за допомогою таких традиційних індикаторів: 1) сімейний стан; 2) показники доходу і матеріальної забезпеченості; 3) рівень освіти; 4) вік; 5) шлюбний статус і склад родин тощо. Як правило, такі відомості містяться у вибіркових і статистичних обстеженнях Державної служби статистики, а окремі

³ Це, наприклад, форма № 1 «Село», яка заповнюється на кожний сільській населений пункт раз на п'ять років (останнього разу це відбулося в 2013 році). Також може бути використана форма № 6 «Окремі показники розвитку сільських, селищних, міських рад у галузі сільського господарства». Окремі дані про благоустрій населених пунктів містять також інвестиційні паспорти районних і селищних рад.

показники – у блоках соціально-демографічних питань соціологічних досліджень [Матусевич, 2012]. У разі необхідності перелік може бути розширений у відповідності з особливостями дослідження. Наприклад, до профілю можуть включатися відомості про стан здоров'я або про наявність прикладних навичок, пов'язаних із організацією сільського побуту (наприклад, вміння майструвати) і т.ін.

3. *Практики і види активності* є наступною і вкрай важливою групою показників, що характеризують зміст і наповнення способу життя. Вони операціоналізуються через опис різноманітних видів діяльності – трудової, побутової, дозвілєвої, споживацької тощо.

Зазначимо, що в дослідженнях повсякденного життя селян у радянський період особливу увагу приділяли саме цьому типу показників, оскільки категорія сільського способу життя осмислювалася здебільшого в межах конкретно-історичних типів соціальних відносин як така, що характеризує стійкі й типові види і форми життєдіяльності соціальних груп [Бутенко, Ципко, Киселев, 1975; Парыгин, 1975; Струков, 1977; Бестужев-Лада, 1979; Куценко, 1979; Социальные показатели образа жизни советского общества, 1980; Ануфриева, 1982; Сельский, 1985]. Емпіричні дослідження цього періоду обов'язково містили такі індикатори способу життя селян, як характер трудової, побутової, дозвілєвої, споживацької активності, участь у громадському житті сільської спільноти тощо.

3.1. Ключове місце серед усіх можливих видів діяльності селян займають *форми трудової поведінки*. Можливі різні способи операціоналізації цього показника. Наприклад, у працях українських соціологів формат і наслідки аграрної реформи в Україні аналізувалися в контексті готовності українських селян до нових економічних відносин, спеціально досліджувалися процеси формування фермерства тощо [Гончарук, Максимюк, 2000; Ван Атта, Гончарук, Перротта, 2001; Гончарук, 2001; Тарасенко, Сакада, 2011]. Подібні за тематикою дослідження, в яких село розглядалося через порівняння традиційного радянського та нового ринкового способів господарювання, проводилися і російськими соціологами [Возьмитель, 1994].

У межах вивчення форм трудової поведінки селян для опису соціальної структури сільського населення традиційно застосовують індикатор *належності до професійних груп*. Сьогодні за цим критерієм у межах сільського способу життя можна виділити підприємницький, фермерський способи життя, спосіб життя сільської інтелігенції, заробітчани тощо.

У широкому переліку досліджень трудової поведінки селян у радянський період виділяється праця «Досвід соціологічного вивчення села» (1968) Ю. Арутюняна, написана на кейсі з українського села Терпіння, де застосовано такий критерій поділу професійних груп селянства: 1) некваліфіковані і малокваліфіковані працівники сільського господарства; 2) кваліфіковані працівники сільського господарства; 3) службовці; 4) інтелігенція на селі. На думку В. Ядова, в цьому дослідженні була вперше доведена неможливість досягнення соціальної однорідності на селі [Ядов, 1998].

Далі трудова поведінка селян найбільше вивчалася в межах новосибірської економіко-соціологічної школи (Т. Заславська, Р. Ривкіна та ін.), в дослідженнях сучасного періоду (З. Калугіна і О. Фадеева) [Калугіна, Фадеева, 2010; Сергиенко, Калугіна, Родионова, Фадеева, Муронова, 2004]. Традиція вивчення трудових відносин на селі продовжується, зокрема, через вивчення праці в особистих селянських господарствах.

В Україні форми трудової поведінки селян, зокрема фермерство та ведення особистого селянського господарства, найбільше вивчаються зусиллями економістів [Балабанов, Кобзев, Семенченко, 2000; Додонова, 2000; Татаревский, 2007; Ульяновченко, 2007; Югас, Мікловда, 2007; Воронич, 2011; Мельник, Ретівцев, 2011; Євсюков, Ковальчук, 2012; Міга, 2012; Несільськогосподарська зайнятість в сільській місцевості України, 2012]. Актуальною інформацією про запит на сільському ринку праці і рівень заробітків володіють також представники кадрових агентств і аналітики аграрного ринку [Откуда берутся и сколько зарабатывают агрономы, 2012; Какие зарплаты в аграрном секторе, 2019].

Порівняно з радянським періодом жодна із соціальних практик сільської повсякденності не залишилася незмінною, але найпомітніше змінилася сфера праці і

виробничої діяльності селян. Двадцять років тому більшість сільських мешканців були зайняті в колгоспах або радгоспах, меншість працювала в соціальній сфері та сфері обслуговування на селі, близько чверті селян працювали на виробництві поряд із селом. Протягом 90-х років скорочення чисельності зайнятих у сільськогосподарському виробництві склала 37% (з диференціацією від 25% до 61% в різних областях). У відповідь на ці кризові явища в 1990–2005 роках майже втричі зросла чисельність зайнятих в особистому селянському господарстві.

Особисте селянське господарство, підсобне господарство, особисте підсобне господарство – терміни, які описують те саме явище, проте в українській науковій традиції найчастіше використовується саме перший термін. В нашому тексті далі ми будемо використовувати абривіатуру ОСГ.

Ведення особистого селянського господарства не належить до підприємницької діяльності і не фіксується у статистичних показниках суспільного виробництва. Наведемо законодавче визначення «особисте селянське господарство - це господарська діяльність, яка проводиться без створення юридичної особи фізичною особою індивідуально або особами, які перебувають у сімейних чи родинних відносинах і спільно проживають, з метою задоволення особистих потреб шляхом виробництва, переробки і споживання сільськогосподарської продукції, реалізації її надлишків та надання послуг з використанням майна особистого селянського господарства, у тому числі й у сфері сільського зеленого туризму.» [Про особисте селянське господарство, 2020].

З кінця 1990-х і до середини 2000-х років ведення особистого підсобного господарства дало змогу селянам підтягувати рівень сукупних доходів до рівня доходів мешканця міста. На думку економістів, відносна стабілізація економічної ситуації на селі, яка відбулася на початку 2000-х років, була багато в чому пов'язана із проявами високої зайнятості в ОСГ, яке є характерною складовою сільського способу життя. У дослідженнях 2001–2005 рр. фіксувалися явища зростання обсягів ринкового виробництва в межах ОСГ, їхньої спеціалізації на виробництві і продажу конкретної продукції [Зиновьев, Додонова, 1999; Маликова, 2006]. Хоча в останні роки обсяги виробництва і реалізації продукції ОСГ повільно скорочуються,

поступаючись місцем аграрному виробництву, селянські господарства продовжують забезпечувати всю країну необхідними продуктами харчування та сільськогосподарською сировиною в розмірі майже 2/3 від загальних потреб. Для багатьох сільських мешканців практика реалізації залишків сільськогосподарської продукції є звичною комбінацією з іншими формами зайнятості.

На тлі стрімких змін відносно стабільною і звичною для селян залишається зайнятість у державних органах влади і підприємствах соціальної сфери, які в сільській місцевості представлені сільрадами, школами, дитячими садами, фельдшерсько-акушерськими пунктами, поштою, бібліотеками, клубами тощо.

Селяни можуть отримувати доходи і від збору ягід і грибів, торгівлі фруктами та городиною [Мураховська, 2012] (самостійний продаж у містах, на трасах і залізничних вузлах або продаж скупникам); для деяких місцевостей заробітки від цієї діяльності допомагають родинам протриматися рік, до наступного сезону, тому цю діяльність можна виділити в самостійний вид трудових практик.

В останні десятиріччя, окрім заробітчанства за кордоном, з'явилися і такі нові форми трудової поведінки, як організація торгівлі, як легальної (магазини), так і тіньової (незареєстрована торгівля), малий бізнес у сфері виробництва і послуг на селі тощо.

За критеріями сфери докладання зусиль та критерієм зайнятості в аграрному виробництві, пропонуємо наступну типологію форм трудової активності, що відтворює найбільш базовий поділ форм трудової поведінки сучасних селян України:

1. Робота в аграрному секторі: робота на агропідприємстві, ведення товарного особистого селянського господарства, фермерство, сезонні сільськогосподарські роботи (також за кордоном), збір і заготівля грибів, ягід тощо. Ведення нетоварного особистого селянського господарства для власних потреб є важливим елементом способу життя, проте не окремою формою трудової поведінки.

2. Робота поза аграрним сектором: зайнятість у державних органах влади і на підприємствах соціальної сфери, заробітчанство за кордоном, маятникова трудова міграція до міст, підприємництво та організація бізнесу у сфері торгівлі і послуг тощо.

У часи трансформації на заміну сталим формам трудової активності приходять комбіновані, змішані форми трудової поведінки, спрямовані на збільшення джерел доходів, наприклад, зміни місця зайнятості після завершення сільськогосподарського сезону. Ми не виділятимемо їх в окрему форму, зазначимо лише, що в межах одного господарства, і навіть на прикладі одного селянина, форми трудової поведінки можуть мати комбінований характер.

Для комплексного аналізу способу життя не достатньо лише позначити всі наявні форми зайнятості. Є практики системотворчі, навколо яких формується спосіб життя, а є допоміжні (спорадичні) практики, комбінація яких дає можливість говорити про різні типи і варіації способу життя. Тому необхідний змістовний аналіз та визначення впливу різних практик на сукупну організацію сучасного сільського способу життя. Отже, за допомогою показників змісту сільського способу життя можна представити його як систему здійснюваних видів активності та практик, що детермінуються зовнішніми та внутрішніми ресурсами сільської спільноти.

Проаналізована вище система показників, що описує змістовні характеристики практик, дає можливість виокремити ключові структурні елементи способу життя. Водночас комплексний аналіз потребує опису *динаміки сільського способу життя*. Як показники тут виокремлюють: 1) способи структурації часу та 2) особливості міграції мешканців сільських поселень.

Традиційно в селі, де простір і середовище існування людини характеризуються більшим зв'язком із природою, *соціальний час* структурований інакше, ніж у жителів міста. Інші пропорції має розподіл між робочими годинами, часом на хатню роботу і вільний час. В емпіричних дослідженнях періоду «зближення села і міста» (В. Патрушев, В. Артемов та інших) серед головних особливостей сільського способу життя фігурувала низька розмежованість між повсякденним життям, побутом і працею. Крім того, відмічалось, що в селі значно більше часу займає хатня робота й особисте селянське господарство і менше часу відводиться на дозвілля, а набір занять у вільний час має іншу структуру, ніж у місті.

Важливим чинником специфічної структурації часу у сільському способі життя є *сезонність і нерівномірна зайнятість* протягом року. *Тривалість робочого дня*,

режим добової активності, структура тижня, ритм і темп життя, структура вільного часу тісно пов'язані з циклами сільськогосподарського виробництва. Традиційно періоди трудових навантажень під час сезонних с/г робіт змінюються на селі тривалим періодом відпочинку в зимовий період. Отримання доходів від результатів сільськогосподарської діяльності також має характер сезонності, як і витрати. Зокрема, час проведення ярмарок традиційно пов'язаний із сільськогосподарськими циклами.

У зв'язку з трансформацією більшості соціальних практик селян зараз вкрай важко реконструювати показники динаміки способу життя за традиційними схемами бюджету часу селян, адже порівняння можливе там, де є сталі форми практик. Тому в умовах складної перебудови способу життя, коли практик багато і вони ще не є сталими, цей показник можна оцінювати на основі суб'єктивних суджень селян про власний *ритм життя, насиченість його подіями, активність життя, перелік занять* у структурі вільного часу тощо, доповнюючи цю картину зовнішніми спостереженнями.

Як індикатори можна застосовувати такі показники: 1) час, який витрачається на дорогу до найближчого міста; 2) частота та цілі відвідування інших населених пунктів; 3) характер подорожей (хто, як часто і куди подорожує, з якою метою) тощо.

У системі показників динаміки способу життя окреме місце належить показникам *трудової міграції*. За даними моніторингу Інституту соціології НАН України у 2013 році основна кількість селян активного віку знаходила роботу за межами села. Порівняльний аналіз відповідей на запитання «Чи знаходиться місце Вашої роботи в населеному пункті, де Ви постійно проживаєте?» демонструє, що в іншому населеному пункті в Україні працює 38,7% селян. Для порівняння: серед містян тих, хто має щоденну роботу в іншому населеному пункті, значно менше, лише 7,7%. Серед зазначених селян 60,6% працюють у місті, а 39,4% – в іншому сільському населеному пункті, 78,5% селян виїжджають на роботу щодня.

За аналізом І. Прибиткової частка маятникових трудових мігрантів у загальній кількості зайнятих селян становила 19,4% у 1986 р., а в 2005 р. зросла до 40,2% [Прибиткова, 2011]. Такий високий прояв внутрішньої трудової міграції селян

суперечить традиційним уявленням про замкненість у просторі села і загальну осілість сільського населення [Будлянський, 2009].

Вкрай важливий вплив на трансформацію способу життя селян здійснює *заробітчанство* – зовнішня (за кордон) трудова міграція осіб з метою отримання доходу, що пов'язана з постійною, сезонною або тимчасовою зміною місця проживання. Заробітчанство є неоднорідним поняттям, оскільки включає в себе як власне трудову діяльність за кордоном, так і, зазвичай, короткотермінові торговельні поїздки за кордон. «Човникарство» як специфічне міграційне явище мало значне поширення у 90-х роках, проте і зараз залишається одним із основних джерел поліпшення матеріального становища багатьох сімей у прикордонних районах [Марков, Бойко, Бондаренко, Іванкова-Стецюк, Селещук, Якуб'як, 2009]. Наразі цьому сприяє, зокрема, спрощена система перетину українського кордону для мешканців 30-кілометрової прикордонної смуги.

Трудова міграція населення України за кордон має циклічний і сезонний характер. За даними соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України за 2020 рік, кількість українців, які мають досвід трудової міграції, становить 15,6% дорослого населення, причому 9,3% виїжджали за кордон з метою тимчасової роботи не один раз. Ці дані включають усіх, хто в період з 1991 року мав досвід заробітчанства. І. Прибиткова наголошує на величезному впливові заробітчанства на статусні позиції, цінності, життєві стратегії та стилі життя [Прибиткова, 2002]. Корисні дані для аналізу змістовних показників способу життя містять наративи та історії заробітчан, зібрані за допомогою якісних методів соціологічних досліджень, і матеріали усних історій [Зовнішня трудова міграція населення України, 2009; Населення України, 2010].

Статистичну інформацію для ілюстрації масштабів впливу заробітчанства на сільський соціальний простір можна отримати з матеріалів численних соціологічних досліджень і вибірових обстежень. Так, за аналізом І. Прибиткової, станом на 2008 рік практично третина гастарбайтерів були мешканцями сільської місцевості (34,8%) [Прибиткова, 2011]. У соціологічному дослідженні соціально-економічного становища сучасного українського села, проведеному в березні-квітні 2011 р.

Інститутом Горшеніна, 14,3% усіх сільських респондентів зазначили, що вони або члени їхньої сім'ї виїжджали на заробітки. За даними моніторингу інституту соціології у 2020 році такий досвід мали вже 18% селян.

Отже, значна частка селян працює і працювала за кордоном, вочевидь спостерігаючи закордонні стилі життя і стилі споживання, що було принципово неможливо в попередні історичні періоди. Робота за кордоном, як і робота в місті, підсилює динамізм способу життя і впливає на те, що він стає якісно іншим. Вплив заробітчанства і маятникової трудової міграції на повсякденні практики відчувається також у підвищенні рівнів статків селян, у формуванні іншої динаміки життя. На основі цього критерію можна виділяти в способі життя сільських мешканців окремі типи способу життя селян-заробітчан та селян – маятникових мігрантів.

Аналіз дослідницького доробку щодо ресурсної бази і динаміки повсякденної активності дає нам підстави операционалізувати низку соціоструктурних ознак сільського способу життя, пов'язаних із самою специфікою праці та побуту в сільському населеному пункті. Більшість із означених показників сільського способу життя прямо пов'язані з ресурсними характеристиками сільських спільнот, обумовлені специфікою сільськогосподарського виробництва та домінуючих форм трудової поведінки в аграрному секторі економіки. І якщо ці базисні змінні залишаються загалом незмінними, то ступінь їхнього впливу на спосіб життя змінюється, що, зокрема, пов'язано зі зростанням впливу неаграрних форм зайнятості.

Опис змістовних та динамічних показників способу життя дає нам можливість конструювати різні варіанти способів життя. Наприклад, є селяни, які працюють в особистому селянському господарстві, а є такі, що їздять на роботу у місто або за кордон. Можна купувати необхідні речі в сільських торгових точках, у місті або замовляти товари через інтернет. Водночас тільки констатація відмінностей у наборах способів діяльності та переліках практик не дає можливості розкрити сутнісних характеристик способу життя. Зважаючи на те, що ми визначали спосіб життя як сукупність ресурсних, динамічних та якісних характеристик повсякденного життя сільських мешканців, нам необхідно додати до показників, які характеризують

сільський спосіб життя, такі, що надають можливість аналізувати інформацію, отриману від самих селян. Для цього треба звернутися до суб'єктивного оцінювання сільськими мешканцями свого способу життя.

Показники оцінювання способу життя – це третя категорія показників для комплексного аналізу сільського способу життя, яка найширше представлена у прикладних соціологічних дослідженнях.

Як уже згадувалося, спосіб життя має складну детермінацію, в ньому поєднуються і соціальні, і особистісні компоненти. Індивідуальна картина способу життя селянина складається під впливом усіх розглянутих вище змінних, проте якісні характеристики способу життя у кожному конкретному випадку можуть істотно різнитися. Зокрема, суб'єктивні оцінки можуть фіксуватися за допомогою таких показників: 1) задоволеність життям; 2) спосіб бажаного життя й уявлення про успіх; 3) характер міжособистісних стосунків і комунікації, що розкривається через такі індикатори, як характер міжособистісної та міжгрупової соціальної дистанції, специфіка соціальної ідентичності, рівень довіри до навколишніх тощо.

Ключовим показником, який визначає пріоритети селян, є характер їхніх *ціннісних орієнтацій*. Структура ціннісних орієнтацій особистості, їхня узгодженість із системою декларованих цінностей у суспільстві впливає на соціальне самопочуття, рівень задоволеності своїм життям, є базою для формування поваги до себе, почуття впевненості, визначає стиль життя [Калугина, 1984; Калугина, 1991; Социальная траектория реформируемой России, 1999; Артемов, 2002; Магун, 2007; Жила, 2010; Bhattacharya, Coondoo, 1991].

Існує низка базових цінностей, які вважаються конституюючими щодо сільського способу життя. До них відносять цінності повсякденної і наполегливої праці, цінності традиційного типу родини, тяжіння до консерватизму, повагу до традиції як засобу упорядкування соціальних взаємодій. Натомість цінності ринкових і підприємницьких практик, прагнення до максимізації споживання і орієнтація на споживчі стандарти розвинених економік вважаються конституювальними щодо міського способу життя. Проте в трансформаційних умовах відбувається доволі сильний взаємовплив і взаємопроникнення цих, неначебто протилежних, ціннісних

систем. З одного боку, значна частина жителів сучасних міст є містянами лише в першому або другому поколінні, тому вони привносять норми і принципи сільського способу життя у міський. З іншого – постійна маятникова міграція створює сприятливі умови для зворотної трансляції цінностей міського способу життя в сільські поселення.

Порівняльний аналіз самооцінок селянами і жителями міст соціокультурних показників способу життя (рівня, якості життя і задоволеності ним) свідчить про їх поступове зближення. Наприклад, якщо у 2013 р. нестачу уміння жити в нових суспільних умовах відчували 48,5% селян і 28,8% містян [Лінцова, 2014d], то у 2020 р. це співвідношення становило 28,8% проти 24,1%. Загалом вплив соціально-економічних реформ на цінності сільського способу життя села суперечливий: з одного боку, з'являються нові способи господарювання, які потребують ціннісного обґрунтування та підтримки, з іншого боку, на основі стратегій і форм виживання у складних економічних умовах відбувається певна консервація традиційних цінностей. Результатом зіткнення тенденцій стає їх парадоксальність – приватна власність на землю поєднується з байдужістю до землі, індивідуалізм – із патерналістськими орієнтаціями [Лінцова, 2014d].

Співвідношення між тим, наскільки людина задовольняє свої потреби, і тим, наскільки вона витрачає свої життєві ресурси для задоволення цих потреб, резюмується в тому, як людина відчуває й оцінює рівень *задоволеності власним життям*. Задоволеність життям тут постає як оцінка усіх умов життя, сформована на основі порівняння індивідуальних домагань та актуальних досягнень. У міжнародній практиці для аналізу якості життя використовується *індикатор задоволеності життям*, який в українських умовах необхідно доповнювати показником рівня соціальної адаптованості [Хутка, 2007; Борисенко, 2014]. Для вимірювання цього показника використовується також інтегральний індекс соціального самопочуття, розроблений Є. Головахою і Н. Паніною [Головаха, Панина, 1997].

Серед соціокультурних особливостей способу життя селян часто виокремлюють також знижені порівняно з містянами стандарти життя і рівень домагань. Під *домаганнями* ми розуміємо певний стандарт досягнень, який індивід

встановлює для себе і якого очікує досягти. Більш низький рівень домагань селян порівняно з містянами пояснюється початковими умовами соціалізації і нижчим рівнем стартових можливостей, внаслідок чого оцінка якості життя спирається насамперед не на об'єктивне поліпшення становища, а на відсутність погіршення: «гірше не стало – вже добре». Натомість в інших групах, де ключовою є потреба в самоповазі, досягненні, оцінки якості життя формуються на інших засадах: «не стало краще, значить погано».

Специфіка комунікації всередині сільських спільнот досить давно є об'єктом дослідження соціологів та культурологів. Серед джерел інформації про міжособистісні взаємодії зокрема зазначимо мовні практики, дискурс-аналіз яких здатний прояснити характер соціокультурних зв'язків селян, їхній соціокультурний статус, уточнити ціннісні орієнтації, змалювати коло спілкування та інші важливі складові сільського способу життя.

Дієвість і можливість застосування показників ми продемонстрували на наявному емпіричному матеріалі. Аналіз комплексу показників способу життя на основі їхньої реконструкції з попередніх досліджень села допоміг виокремити цілу низку ознак специфічно сільського способу життя та позначити напрям його трансформації на основі змін форм зайнятості населення, а також розглянути низку показників, які в комплексі здатні розкрити зміни в способі життя селян.

Розглянуті в цьому підрозділі показники змісту повсякденних практик, динаміки повсякденної активності й оцінок способу життя подають таку систему показників, яка дає можливість комплексно охарактеризувати сільський спосіб життя (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2

Показники способу життя	Індикатори сільського способу життя
Зміст сільського способу життя	<p>1. Ресурси сільської спільноти</p> <p>1.1. Соціоструктурні ресурси: територіально-поселенська структура (земельні ресурси (характеристика природних умов, що визначають сільськогосподарську спеціалізацію); територіальні ресурси (розмір та розміщення населеного пункту); людські ресурси (кількість мешканців, соціодемографічна структура, характер зайнятості мешканців); функціональне значення населеного пункту (спеціалізація на розв'язанні завдань добового чи тижневого циклу).</p> <p>Соціально-економічна структура: об'єкти виробничої сфери та їх характер, благоустрій поселення (газифікація, тип водопостачання, наявність централізованої каналізації, вивезення сміття, прибирання снігу тощо); наявність та стан об'єктів соціальної сфери (школа, діючий клуб, пошта, фельдшерський пункт тощо); специфіка транспортного сполучення (регулярність, вартість, швидкість тощо).</p> <p>1.2. Ресурси соціокультурного середовища: особливості комунікації сільської спільноти із зовнішнім середовищем (частота і цільове призначення каналів комунікації); особливості комунікації всередині спільноти (релігійна громада, сільське самоврядування, мережі взаємодопомоги тощо).</p> <p>2. Профіль мешканця сільської спільноти: сімейний стан; показники доходу і матеріальної забезпеченості; освіта; вік; шлюбний статус і склад родин тощо.</p> <p>3. Практики і перелік видів діяльності: форми трудової поведінки, робота на землі та поза аграрним сектором, ведення особистого селянського господарства, приналежність до професійних груп тощо</p>
Динаміка сільського способу життя	<p>4. Структурація часу: динаміка соціального часу (тривалість робочого дня, режим добової активності, структура тижня, ритм і темп життя, структура вільного часу тощо): сезонність.</p> <p>5. Трудова міграція: маятникова трудова міграція та заробітчанство</p>
Оцінки сільського способу життя	<p>6. Суб'єктивні оцінки способу життя: задоволеність життям, спосіб бажаного життя та уявлення про успіх, характер міжособистісних стосунків і комунікації (соціальна дистанція, ідентичність, довіра оточення), ціннісні орієнтації, мовні практики тощо</p>

2.3. Сільський стиль життя: культуральний та габітуальний виміри

Звертаючись до поняття стилю життя, маємо відзначити специфічну сферу подальшого застосування і провести розмежування з розглянутою у підрозділі 2.2 категорією способу життя. Завдяки розробленій у вищеназваному підрозділі системі показників сільського способу життя (з точки зору змісту повсякденних практик;

з точки зору динаміки повсякденної активності; за допомогою самооцінок способу життя) нам легко ідентифікувати такі стилі життя, які вочевидь різні за своєю динамікою, віковими критеріями, переліком практик. Однак у житті сільського мешканця може відбуватися змішання та перехід між стилями, особливо за умов, коли люди живуть у ситуації змін способу життя, як це відбувається з українським селом.

У цілому, коли предметом розгляду є спосіб життя, центральним стає питання «що?»: що становить життєве середовище, які ситуації, практики, заняття наповнюють повсякденне життя сільського мешканця. Коли ж говоримо про стиль, передбачаєм запитання «як?». У контексті споживання це запитання про те, як сільський мешканець обирає стилі споживання, як ставить цілі у споживанні і як пояснює необхідність їх досягнення. Поняття «стиль» вживається нами й тоді, коли говоримо про характерні особливості виконання чого-небудь, стійкі способи розв'язання будь-яких завдань [Либин, 1998].

Розмежування вищеназваних понять зафіксовано у їх визначеннях. *Спосіб життя* – це усталені форми життєдіяльності індивіда, нормативні способи повсякденного існування в межах певного соціального середовища. Категорія «спосіб життя» [Бутенко, Ципко, Киселев, 1975; Бестужев-Лада, 1979; Донченко, 1979; Куценко, 1979; Батыгин, 1981; Ануфриева, 1982; Левыкин, Бабин, Рейзема, 1987] тривалий час осмислювалась в межах конкретно-історичних типів соціальних відносин, як така, що характеризує стійкі й типові види і форми життєдіяльності. Дослідження повсякденного життя селян у радянський період здійснювалися на основі ретельного дослідження концепту сільського способу життя, а емпіричні дослідження цього періоду обов'язково відображали цілу низку структурних елементів способу життя селян – працю, побут, дозвілля, споживання, участь у громадському житті сільської спільноти тощо соціальних груп, спільнот, класів, націй і суспільства в цілому. Зазначимо, що категорія «спосіб життя» була розроблена саме в радянській науці, у західній соціології в ці самі часи розроблялися поняття «стиль життя», «рівень життя», «якість життя».

Стиль життя – це ті форми життєдіяльності, які вільно обрані індивідом в межах свого способу життя. За сучасних умов, коли критерії соціального статусу вже

не такі однозначні, як були раніше, а свобода вибору власних ідентифікаційних зразків набагато ширша (тобто в ситуації полістилізму), предметом нашого вивчення стають також властивості повсякденних практик, які складають стиль життя. Актуальність звернення до концепту стилю життя додатково пов'язана з функціональними трансформаціями соціальної структури на селі.

В останнє десятиріччя відбувся значний відтік мешканців села від роботи на землі, але незважаючи на скорочення чисельності зайнятих у сільському господарстві відсоток сільського населення в останні два десятиріччя змінюється мало, становлячи 32,5% в 1991 р. і 29% в 2020 р. Тобто третина населення постійно проживає на селі в той час, коли змінюється саме функціональне значення села – агровиробництво. Для опису перебігу цієї трансформації категорії «способу життя» вже не достатньо, необхідно використовувати також категорію стиль життя, яка дає можливість зосередитися на змінах форм соціального життя.

Серед важливих властивостей власне стилю зазначимо, що стиль життя окремого селянина залежатиме від комплексу факторів, серед яких важливу роль відіграє його належність до соціальної групи, його місце всередині сільської спільноти. Тому об'єктом подальшого розгляду стилів життя будуть групи і спільноти всередині сільського соціального простору.

Стиль життя також має *властивість диференціації* різних груп і спільнот. Вочевидь є певний набір соціально-демографічних характеристик, який впливає на стиль життя – місце проживання, рівень освіти і доходу, вік, стать тощо. Також стиль життя має *властивості структурованості і комплексності*. Розглядаючи, який саме стиль життя проявлений у конкретного сільського мешканця в конкретній ситуації, ми можемо робити припущення, як він поводитиметься себе в іншій ситуації.

Розуміємо, що в питаннях побудови стилів – соціальний та культурний компоненти погано розмежовуються. У підрозділі 1.1 ми розглянули теоретико-методологічні підходи до аналізу стилів життя в соціологічній традиції та показали можливості вивчення стилів споживання в кількох вимірах. Одним із завдань поточного розділу є операціоналізація та моделювання сільських стилів життя і сільських стилів споживання.

У подальшому аналізі фокусуватимемося на двох вимірах: на культуральному вимірі стилів життя – він необхідний нам для того, щоб розглядати стилі споживання як результат трансформацій і культурних запозичень та на габітуальному вимірі, зокрема на тому, де габітус проявляється найповніше через смаки і практики споживання.

Культуральний вимір дослідження стилів. Наразі в сільській місцевості виникає нова диференціація, пов'язана зі взаємним існуванням та змішуванням традиційних і модерних стилів життя, які можуть поєднуватися або нашаровуватися один на інший. Формуються перехідні соціальні спільноти, які сприймаються як модернові, так і традиціоналістські цінності і норми.

Для розуміння впливу культурного фактора необхідно взяти до уваги результати осмислення соціокультурних трансформацій в Україні. Зокрема, трансформацію стилів життя перехідного суспільства [Бевзенко, 2008], явища переходу від моностилізму до полістилізму, про які зазначав, зокрема, М. Шульга [Стиль життя, 2008]. Модернізацію, трансформацію та транзит в українському суспільстві аналізують Є. Головаха і Н. Панина (подвійна інституціоналізація [Головаха, Панина, 2001]); І. Кононов розглядає концепцію транзиту; О. Мусієздов вивчає трансформації ідентичності тощо. М. Буравой [Буравой, 2009] пояснює, як саме в умовах транзиту зберігається традиція. На прикладі Росії автор доходить висновку про інволюцію та «транзит без трансформації», зокрема, через збереження системи колгоспного упорядкування в сільському господарстві та повернення до попередніх способів життя – зокрема, через ведення особистого підсобного господарства міськими мешканцями.

Прямо пов'язані з проблематикою змін у сільському соціальному світі праці В. Тарасенка, А. Гончарова, О. Іваненко [Тарасенко, Іваненко, 2004]; окремим предметом соціологічного дослідження цих авторів є перебіг аграрної реформи в Україні, зокрема процесів приватизації, реорганізації, реструктуризації в сільському господарстві тощо.

Перспективною для застосування в роботі є концепція *наздоганяючої модернізації* А. Ахізера згідно з якою країни, що розвиваються, адаптують і

наслідують стилі життя розвинених країн, переважно через засвоєння стилів споживання. Розглянемо концепцію детальніше й на її основі зробимо спробу змоделювати *перехідні стилі життя*.

У загальних рисах наздоганяльна модернізація проходить три етапи. Перший – це *наслідування*, що має стихійний, поверхневий характер і орієнтований передусім на засвоєння зразків споживання. Другий етап – це *протидія модернізації* як реакція спільнот на небезпеку втратити ідентичність. Третій етап – це *прийняття модерністських цінностей* як своїх власних. Ця періодизація має аналітичний характер, у реальному житті відбувається не цілковита заміна, а нашарування етапів. Модернізація також може складатися із сукупності спроб модернізації, коли певна частина суспільства може зупинитися у своєму розвитку на одному з етапів.

Послугуючись наведеною концепцією, робимо припущення, що історично (з часів здобуття Україною незалежності) та територіально (пов'язано з географічною віддаленістю від великих міст) у сільській місцевості виникає така диференціація, яка пов'язана зі взаємним існуванням та змішуванням традиційних і модерних стилів життя, що поєднуються або нашаровуються один на одного. У результаті взаємодії традиціоналізму й модернізму на селі можливим є паралельне існування та змішування традиційних і модерних культурних впливів, а також їх поєднання або нашаровування в межах одного сільського соціуму.

Запропонуємо типологію перехідних сільських стилів життя.

Першим перехідним сільським стилем життя виокремлюємо *стиль життя максимально віддалених сіл*, тобто сіл, мешканці яких рідко контактують з містом. Віддалене село є локальною й відносно автономною спільнотою, для якої характерне поверхнєве і часткове наслідування модерних особливостей міста. Спосіб життя тут відрізняється тісними взаємозв'язками всіх мешканців, високою внутрішньопоселенською інтеграцією населення і розвинутою системою неформальних зв'язків, заснованих, зокрема, на неформальних спеціалізаціях окремих мешканців (наприклад, хтось на селі надає послуги перукаря, хтось при нагоді привозить з міста товари «під замовлення» тощо). Залежно від рівня віддаленості та соціальної структури, що склалася на селі, з боку селян, найбільш

послідовних прибічників традиціоналізму, може існувати протидія явищам модернізації.

Другим перехідним стилем життя буде *стиль життя у приміських селах*, який формується у близьких до міст населених пунктах і заснований на тісних економічних та інфраструктурних зв'язках із містом. Приміські села мають широку мережу відносин із містом, як на рівні особистого селянського господарства родини, так і на рівні всього населеного пункту. У стилі життя мешканців приміських сіл матиме місце більш проявлений індивідуалізм та орієнтація на прибуток, розвинені навички наслідування модерних особливостей міста, для частки селян спроба мати міські зразки за свої власні. Індивідуальним виробникам сільгосппродукції в кожному перехідному типі може бути властивий фермерський тип поведінки з орієнтацією на прибуток. Проте, наприклад, особисте селянське господарство в Київській області скоріше орієнтоване на швидке виробництво і реалізацію сільськогосподарської продукції (виращування городини в зимових теплицях ранньою весною; овочевих культур влітку і восени, консервування і соління овочів і салатів на зиму). Мешканці віддалених сіл більшою мірою зацікавлені, наприклад, у виробництві м'яса й молока з метою продажу, отже в більш тривалих процедурах виробництва і реалізації.

Третій перехідний *стиль життя пересічних сіл* складається в селах, розташованих між вказаними вище полюсами географічної близькості до міст, тому тут характерні як тенденції модернізації, так і тяжіння до традиціоналізму. Тут формується система взаємодопомоги мешканців міста сільського походження з їхніми родичами-селянами. Часто селянська родина стає джерелом фінансової та продовольчої підтримки молоді, яка мігрувала до великого міста. Водночас зв'язок є зворотним: молодь піклується про батьків, приїжджає в період збору врожаю працювати на городі.

Кількість проміжних і перехідних стилів життя може бути розширена за рахунок врахування детальної типології сільських населених пунктів, яку ми розглянули в підрозділі 2.2.

Габітуальний вимір дослідження стилів.

У підрозділі 1.1. був описаний механізм, за яким габітус формує відповідні *смаки*, як систему і схему для оцінювання і сприйняття практик і водночас габітус сам по собі є підставою, яка породжує *практики*, передусім споживчі. Ми спираємося на тези П. Бурдьє [Бурдьє, 2005], про те, що у центрі *стильового простору споживання* перебувають ті, хто найповніше відтворює споживчий габітус соціальної групи (має високий ступінь самоідентифікації з групою). Стиль споживання людей, які перебувають у центрі простору, можна позначити як «ідеальний тип» для даної групи. Навколо стильового ядра наче концентричні кола виникають варіації стилю споживання, який наслідують уже як «відредагований» стиль, адаптований під власні можливості і потреби. Чим більше індивід схильний до впливу референтних груп, тим більше він запозичуватиме їхні риси поведінки. Такі люди перебувають на периферії стильового простору споживання; також тут розміщуються ті, для кого перебування у групі – тимчасове явище.

Виходячи з такого бачення уточнимо зміст габітуального виміру стилів життя відповідно до об'єкта дослідження – сільських мешканців – і наведемо графічне пояснення того, як сільський спосіб життя через сільський габітус формує сільський стиль життя і за якою логікою він проявляється у смаках і практиках селян (рис. 2.1).

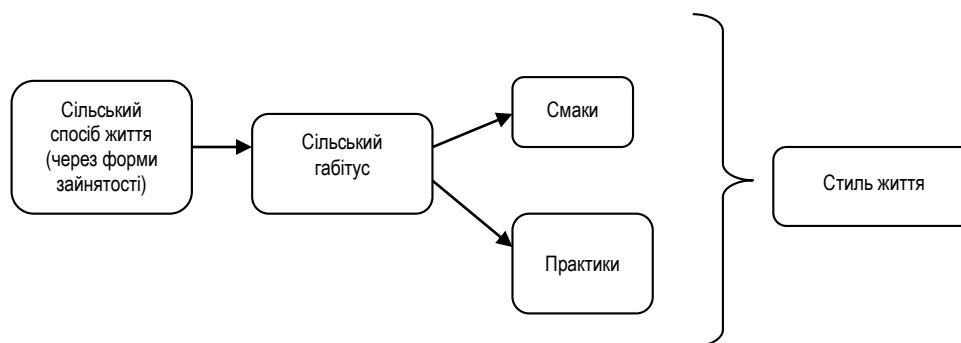


Рис. 2.1. Формування сільського стилю життя

Ми не використовуємо концепцію класів в аналізі стилів життя сільських мешканців, проте відстоюємо ідею габітуального впливу на соціальну групу. Група, до якої належить або до якої тяжіє селянин, формує й наслідує стилі життя відповідно до *форм зайнятості*. У нашому аналізі ми спираємося на твердження, що стилі життя габітуально пов'язані зі способом життя. Для нас це означає, що використання

габітуального виміру стилів життя дає підстави диференціювати і поділити селян відповідно до форм зайнятості.

Виокремимо принаймні два сільські способи життя – аграрний і неаграрний, які прямо пов'язані з формами зайнятості, та проміжний (комбінований) між аграрним і неаграрним способом життя. Далі розкриємо відповідні габітуси кожного такого способу життя й опишемо детальніше в контексті форм зайнятості.

У межах аграрного сільського способу життя виокремлюємо **габітус «на землі»**, як габітус постійного зв'язку із землею. У широкому сенсі цей габітус характерний для груп селян, які залежать від результатів власної роботи на землі. Це працівники сільськогосподарських підприємств, фермери, власники особистого підсобного господарства тощо, тобто всі, для кого формується габітус постійного зв'язку із землею. У межах габітусу земля сприймається як цінність, динаміка і структура вільного часу залежить від сільськогосподарських циклів року.

Габітус «на землі» є головним для будь-якої сільської спільноти і певною мірою традиційним. Джеймс Скотт [Скотт, 1996; Скотт, 1999], сучасний антрополог і провідний теоретик селянства пояснює прояви такого габітусу дією *«моральної економіки селянства»* (1976), в основу якої закладені принципи «первинної безпеки» і уникання ризиків. Ця концепція значною мірою пояснює структури соціальних відносин і морального порядку традиційних аграрних суспільств та соціально-економічну поведінку селян аграрного типу зайнятості. Досвід «моральної економіки» є насамперед досвідом всередині спільноти, такий досвід не демонстративний і не очевидний для розуміння міського мешканця, але вкрай необхідний для розуміння сільської ідентичності.

Зокрема, соціальна роль «господарника», «справжнього господаря», «місцевого фермера», «сільського голови» передбачають певну орієнтацію на престижне споживання, проте таке споживання всередині сільської спільноти має бути біографічно прозорим, тобто повинні бути візуально очевидні моральні засоби досягнення успіху, не може бути й натяку на «легкі гроші», неробство. Соціальні стратегії для носія габітусу на землі мусять виключати факти обману або експлуатації сусідів.

Загалом такий стиль життя, організований за принципом залежності від результатів роботи на землі, передбачає раціоналізацію гарантованого мінімального доходу і гарантованих мінімальних витрат кожному члену сім'ї. У цьому контексті «моральна економіка» протистоїть ринковій економіці, орієнтованій на отримання прибутку і зростання рівня споживання. У всіх історичних періодах зайнятість у сільгоспвиробництві була домінуючою формою зайнятості для українських сільських мешканців. Зрозуміло, що і радянське село не було гомогенним за критерієм зайнятості на землі, проте габітус «на землі» завжди був найбільш поширеним.

В останні два десятиріччя на селі зростає соціальне значення тих груп сільських мешканців, чії форми зайнятості не пов'язані з аграрним виробництвом. Розглянемо детально зміст цих габітуальних моделей з урахуванням практик і смаків, характерних для носіїв неаграрного способу життя.

У межах неаграрного сільського способу життя виокремлюємо габітус «від землі», який складається із сукупності спроб не працювати на землі, але аграрне виробництво зберігає провідне значення в структурі отримання доходів.

Габітус «від землі» характерний для тих, хто хоче відійти від сільського способу життя і наблизитися до стилю життя містян. Він властивий для сільських мешканців, які або не працюють на землі або працюють на землі вкрай епізодично. Цей габітус є нестійким, його носії можуть бути представлені в різних групах селян: непрацевлаштованих або тимчасово безробітних; серед тих, хто не хоче працювати на землі так, щоб вважати її своїм основним місцем отримання прибутків, проте не можуть собі цього дозволити з матеріальних причин; сезонні сільськогосподарські працівники тощо. У межах габітусу ставлення до землі можна охарактеризувати як постійні спроби «втекти з села», «шукати щастя в місті» тощо. Стратегії носіїв габітусу «від землі» спрямовані на самореалізацію й перехід до привабливішого способу життя, у якому немає місця важкій сільськогосподарській праці.

Для габітусу «від землі» характерна оцінка аграрної праці як важкої, невдячної; відмова від «селянського» як від низького. У габітуальній моделі таких селян земля заперечується як цінність, разом з тим праця на землі та підтримка зв'язків із родичами в селі можуть залишатися важливою вимогою для життєзабезпечення,

зокрема продуктами харчування. Зазвичай носії цього габітусу представлені серед маятникових трудових мігрантів до міст, заробітчач та сільської молоді, орієнтованої на виїзд із села. Габітус є більш характерним для селян у приміських селах, які мають роботу в місті, частково – для студентів, які поїхали на навчання до міста, частково – для заробітчач тощо.

У часи трансформації на заміну сталим формам трудової активності приходять комбіновані, змішані форми трудової поведінки, спрямовані на збільшення джерел доходів, коли в межах одного господарства і навіть на прикладі одного селянина форми трудової поведінки можуть мати комбінований характер. Розглянемо габітуальні моделі, властиві комбінованим формам трудової зайнятості, – **габітус «біля землі»**, що виникає за умов комбінації аграрного і неаграрного типу зайнятості.

Габітус «біля землі» властивий широкому переліку груп сільських мешканців, до яких входять і сільська інтелігенція, і «міські селяни», і родини заробітчач, підприємці у сфері послуг і торгівлі на селі тощо. Розглянемо варіації габітуальної моделі всередині таких груп детальніше.

1. Міські селяни «біля землі». «Міські селяни» – це умовна назва для тих, хто повернувся в село після тривалого життя в місті, найчастіше – пенсіонери. Для них ведення особистого підсобного господарства є зазвичай допоміжною практикою, яка не спрямована на вирішення питань життєзабезпечення. Незважаючи на досвід міського способу життя такі сільські мешканці відносно легко повертаються до практик сільського життя, вносячи в нього необхідні запозичення із засвоєного міського стилю. Своєрідна легкість у поверненні міських пенсіонерів до життя в селі може бути пояснена як відносно високими для сільської місцевості розмірами пенсії містян, так і тим, що вони протягом життя залишалися габітуально близькими і не розривали зв'язків із селом і наразі лише повертаються у стартовий габітус.

2. Сільська інтелігенція і службовці «біля землі». Габітус характерний для тих селян, чиє основне джерело доходів – це професія. Сільський спосіб життя для цієї групи формується проживанням на землі, але з максимальною відстороненістю від аграрної праці. На тлі стрімких змін відносно стабільною і звичною для селян залишається зайнятість у державних органах влади, на підприємствах соціальної

сфери, які в сільській місцевості представлені сільрадами, школами, дитячими садками, фельдшерсько-акушерськими пунктами, поштою, бібліотеками, клубами тощо. І хоча сільська інтелігенція і службовці, як правило, так само обробляють городи, як і більшість сільських мешканців, навіть можуть збільшувати обсяги роботи в особистому підсобному господарстві за економічної потреби, проте габітуально зберігають і підкреслюють габітус саме професійної групи (наприклад «освітняни»). Ця група також є групою носіїв культури, яка транслює приклади, зразки для решти селян. Сільська інтелігенція як група постійно оновлюється і самовідтворюється за рахунок успадкування. Це найбільш стабільний габітус у сучасному селі, який має довгу традицію і залишається практично незмінним, ніби «законсервованим».

3. Родини заробітчани «біля землі». Це відносно новий габітус, активно формується всередині групи «родин заробітчани», тобто серед тих, хто живе в селі, поки інші члени домогосподарства перебувають на заробітках. Головне джерело доходів для родин заробітчани – це заробітки трудових мігрантів. Зазначимо, що габітуси самих заробітчани (а не членів їхніх родин) не є цілісними за ознакою практик і смаків, тому ми відносимо їх до неаграрного типу зайнятості у попередньо розглянутому габітусі «проти землі». Серед короткотермінових, сезонних заробітчани багато тих, хто воліє повернутися до життя в селі, але вимушений працювати за кордоном, проте не вони є основою для забезпечення групи «родини заробітчани», а ті, хто намагається не повертатися в село в близькій перспективі.

4. Маятникові трудові мігранти «біля землі». Габітус властивий тим сільським мешканцям, які працюють у місті, проте повертаються в село щоденно або працюють у місті вахтовим методом. У габітусі акцентуються запозичення і спостереження над міськими стилями життя.

5. Підприємці «біля землі». Цей габітус формується завдяки інтенсивним контактам із містом і світом, характерні форми зайнятості сільських мешканців у цьому габітусі – підприємництво (торгівля, послуги) та малий бізнес (виробництво). Габітус передбачає активний контакт із навколишніми містами, пошук джерел для розвитку власної справи, запозичення нових ідей, активну трансформацію сільського світу через нові практики і стилі.

Габітус «до землі» введено як четвертий, окремий для випадків презентації стилю споживання дачників, містян, дауншифтерів та інших «диваків із міста», хто може тривалий час мешкати в селі і демонструвати бажання наблизитися до «сільського» як до кращого. Практики тут лише зовні схожі на сільські, оскільки відтворюються через просте запозичення та копіювання моделей сільського споживання, але переважно не відтворюють сільськогосподарських циклів виробництва.

Здатність цих людей жити сільським способом життя, не маючи стосунку до агровиробництва, ґрунтується на особистісних властивостях таких людей. Також важливим є наявність значних обсягів вільного часу (тривалі літні відпустки, можливість систематичних канікулярних або святкових відпусток); гарантований (можливо і невеликий) дохід, що, можливо, підкріплюється підробітками (репетиторство, гонорари, послуги) або дистанційною роботою, тобто їхні статки дають можливість економно прожити в селі тривалий термін, а наявність значних обсягів вільного часу, незважаючи на відсутність навичок, – навчатися вести дрібне підсобне господарство.

У скрутні 90-ті роки в селах часто починали вести особисте підсобне господарство і відтворювати повний сільськогосподарський цикл «містяни» і «дачники», характерними для яких була така важлива спільна риса, як наявність вільного часу для систематичної роботи на землі (скорочення, тимчасове безробіття, великі літні відпустки тощо). Зазначимо, що зі зростанням економіки кількість таких «містян» зменшувалася, перетворюючи їх на сезонних «дачників». Ведення підсобного господарства припинило бути формою зайнятості; село стало місцем відпочинку, відпустки й оздоровлення, а робота на городі – виробництвом для внутрішнього споживання або хобі. Наразі в мальовничих селах України поодинокі з'являються, так звані, «диваки» і дауншифтери – ті, хто усвідомлено переїхав до села і має можливість працювати дистанційно від міста; в селі вони живуть окремо від

селян або групуються в екоспільнотах, на хуторах тощо. Зазначимо, що ми розглядаємо лише тих, хто мешкає в сільській місцевості постійно і не є туристом⁴.

Габітуальні моделі «від землі» і «біля землі» властиві тим родинам селян, чий джерела доходів комбіновані. Для всіх цих груп робота на землі не є основною формою зайнятості (основним джерелом доходів), проте тією чи іншою мірою аграрна зайнятість зберігається або сезонно посилюється. Найчастіше зайнятість в особистому підсобному господарстві для них виконує функцію частково самозабезпечення продуктами харчування, а участь у сезонних сільськогосподарських роботах, або збиральництво на продаж, є радше додатковим видом підробітку.

Підсумовуючи характер змін у сільському способі життя, зазначимо основні тенденції, які впливають на стиль життя і сільські повсякденні практики.

По-перше, за умов сучасного стану аграрного сектору економіки, який у суцільних масштабах уже не забезпечує селян роботою на агровиробництві – провідній формі зайнятості українських селян більше не існує, існує сукупність форм зайнятості. По-друге, більше не існує єдиного сільського способу життя. Внаслідок трансформацій виникає ситуація комбінованої зайнятості із застосуванням усіх доступних форм трудової поведінки. По-третє, заробітчанство і посилення маятникової трудової міграції, підприємницька діяльність, організація торгівлі і сфери сервісу на селі створюють нові смаки і практики і створюють основу для розвитку полістилізму на селі.

Для комплексного аналізу способу життя не достатньо лише позначити всі наявні форми зайнятості. Є практики системотворчі, навколо яких формується спосіб життя, а є допоміжні (спорадичні) практики, комбінація яких дає нам можливість говорити про різні типи і варіації стилю життя. Тому необхідний змістовний аналіз та визначення впливу різних практик на сукупну організацію сучасного сільського

⁴ Агротуризм, сільський туризм, за визначенням – це туризм у сільській місцевості: у селах, на хуторах, у зручних селянських будинках, в агрооселях. Ця галузь туризму добре розвинена в Іспанії, Італії, Франції, Австралії та США. Туристи певний час ведуть сільський спосіб життя, знайомляться з місцевою культурою і місцевими звичаями, беруть участь у традиційній сільській праці.

стилю, що потребує переходу від узагальнювальних типізацій сільського стилю споживання до спроби верифікації на основі емпіричних даних. Для цього необхідно операціоналізувати моделі стилів споживання селян.

2.4. Операціоналізація моделі стилів споживання сільських мешканців

Для завдань нашого дослідження базовим виміром аналізу є *стиль споживання сільських мешканців*, який ми визначаємо як стійкі форми реалізації індивідом споживчих звичок, стереотипів і цінностей у споживчій поведінці в умовах, обмежених об'єктивними чинниками сільського способу життя.

Базові теоретичні моделі стилів споживання включають моделі класичного споживання (демонстративна, пуританська, гедоністична), а як їх модифікації – моделі творчого споживання (просьюмерська, контркультурна) тощо.

Моделі споживання розроблені в контексті стійких систем споживання західних країн потребують переосмислення з урахуванням соціокультурних та економічних реалій сучасного сільського соціуму⁵.

Спосіб споживання визначимо як сукупність форм споживчої поведінки, детермінованих соціальним і культурним полем. Соціокультурне поле села нав'язує сільським мешканцям спосіб споживання за такими напрямками як: 1 – *ресурси споживання*, які нерівномірно розподілені між полями й визначають межі споживання; 2 – *програми споживання* (цінності, норми і пов'язані з ними обмеження вибору й заборон) [Ильин, 2013]. В одних соціокультурних полях програма споживання жорстка (відступ матиме серйозні негативні наслідки для статусу), в інших – м'яка, має не обов'язковий, а скоріше рекомендаційний характер.

Подальший фокус уваги в дослідженні стилю споживання сільських мешканців потребує врахування як об'єктивних факторів (специфіка праці, побуту, дозвілля) споживання в сільському способі життя, так і суб'єктивних особливостей (суб'єктивні потреби людини, ціннісні орієнтації й мотиви) стилю життя сільських

⁵ Співвідношення змісту категорій, суміжних із категорією стилю споживання – споживання, ресурси споживання, програма споживання, культура споживання, мова споживання, простір споживання здійснено нами при концептуалізації поняття споживання [Лінцова, 2013].

мешканців. На рівні індивіда формування стилю споживання ґрунтується на зовнішньому впливі референтних груп, культурних традицій і цінностей; внутрішні складові формування життєвого стилю складаються з минулого досвіду індивіда, його внутрішніх прагнень, цінностей, переконань тощо. Ці впливи формують певну типологію стилів споживання, засновану на соціально-психологічних особливостях споживачів. Така типологія стилів споживання відбиває постійне прагнення людини підтримувати, поглиблювати або розширювати свій стиль життя за допомогою споживаних нею товарів. Отже, якщо стиль життя людини сформований, то те, що споживає людина, відповідатиме обраному стилю.

Традиції вивчення стилю життя в контексті споживчої поведінки мають наслідком низку розроблених методик для вивчення стилю життя, в основу яких покладено психографічні описи, спрямовані на моделювання стилю життя споживачів [Мухина, 2000; Лебедев-Любимов, 2003]. У цих методиках стиль життя розглядається як соціально-психологічна категорія, що відображає звички, традиції, стереотипи поведінки, які реалізуються в життєдіяльності і які, у свою чергу, є залежними від соціально-культурних цінностей, пріоритетів, картини світу, розуміння норм, кола спілкування, інтересів, потреб тощо. Зокрема психографічна **модель АІО (activities, interests and opinions)** описує стиль життя за параметрами, об'єднаними та операціоналізованими за трьома групами показників – дії, інтереси і думки. До першої групи показників (дії – activities) належать: робота, відпочинок, масові заходи, відпустка, розваги, локальна спільнота, покупки, спорт; до другої групи показників (інтереси – interests) належать: родина, помешкання, професія, відпочинок, мода, їжа, ЗМІ, досягнення; до третьої (думки – opinions) – включені: думки про себе, соціальні питання, політика, бізнес, економіка, освіта, товари, майбутнє, культура.

Для пострадянського простору, в якому мотиви, інтереси й дії часто не підкріплювалися ресурсними можливостям, використання цих моделей вочевидь обмежено [Залесский, 2002]. Зокрема під час побудови моделі сільського споживання необхідно врахування ресурсної обмеженості сільських мешканців у споживанні

(доступ до простору споживання, специфічна сільська структура видатків і доходів), що впливає на реалізацію споживання і формує специфіку сільського стилю.

Запропонуємо власну **типологію стилів споживання сільських мешканців**, яку побудуємо через дві базові координати процесу споживання сільського мешканця – «хочу» і «можу», тобто на рівні споживчих домагань і на рівні споживчих можливостей. Усього в моделі представлено чотири типи сільських стилів споживання.

1. Нерозвинений тип сільського споживання, характерний для сільських мешканців з низьким рівнем домагань і дефіцитною ресурсною базою. Такий сільський мешканець «не може і не хоче», тобто мало споживає і мало потребує.

2. Дефіцитарний тип сільського споживання, в межах якого характерна орієнтація на збільшення споживання, проте споживчі домагання не реалізуються через брак ресурсів. Це сільські мешканці, які «не можуть, але хочуть». Особливо активно проявляється в тих із них, яким важливо конструювати свою ідентичність через професійну чи економічну діяльність.

3. Розвинений тип сільського споживання – третій тип споживання у запропонованій моделі сільського споживання. Це сільські мешканці, які «можуть більше і хочуть більше», у яких є ресурс на збільшення споживання і є потреба у збільшенні споживання. Зазначимо, що дефіцит у способах проведення дозвілля на селі разом зі зростаючим доступом до нових просторів споживання призводить до того, що споживання стає чим далі важливішим способом дозвілля в умовах сільського способу життя.

4. Насичений тип сільського споживання характерний для тим сільських мешканців, які «можуть, але не хочуть мати більше». Збільшення споживання не відбувається, незважаючи на наявний додатковий ресурс.

Вимоги верифікації моделі, тобто перевірка її на реальне існування в сільській спільноті, потребують відповідної дослідницької процедури, зокрема визначення наповнення типів через інші відомі поняття і доступні способи діагностування соціальних явищ, які входять до змісту поняття «стиль споживання».

Серед широкого переліку інструментів для вивчення стилів споживання універсальною, базовою і певною мірою традиційною в дослідженні стилів споживання є модель цінностей і стилів життя VALS (Value and lifestyle), що спирається на теорію потреб А. Маслоу і була апробована в дослідженнях західних споживачів починаючи із середини 70-х років минулого століття.

Модель цінностей і стилів життя ділить споживачів на три основні групи: 1) ті, хто керуються потребою; 2) ті, хто орієнтовані на зовнішню оцінку і підвищення статусу; 3) ті, хто спрямовані внутрішньо (самоствердження).

Кожен такий сегмент споживачів характеризується власними цінностями і життєвим стилем, демографічними характеристиками і зразками споживчої поведінки. Верифікація вказаної моделі відбувалася в численних описах американських споживачів, у тому числі й сільських мешканців, і далі набула поширення в описах споживачів багатьох розвинутих країн. З часом модель VALS була модифікована в модель VALS-2, що дало змогу розглядати стилі життя додатково ще й у вимірі *орієнтацій споживача: орієнтація на принципи, орієнтація на статуси або орієнтація на дії*. Зокрема споживачі, *орієнтовані на принципи*, роблять споживчий вибір більше з опорою на знання, ніж на почуття або бажання отримати схвалення, вони консервативні й орієнтовані на власний комфорт; споживачі, *орієнтовані на статус*, прагнуть підкреслити власний статус і обирають речі, які символізують успішність; споживачі, *орієнтовані на дію*, прагнуть самовираження, схильні до покупки унікальних, незвичних речей. Другий вимір для використання моделі VALS-2 в процесі розгляду стилю життя вимагає *враховувати ресурси споживачів*: фінансові, матеріальні, інформаційні, фізичні, психологічні тощо.

Тривала верифікація моделі на масивах даних різних країн дала підстави дослідникам виокремити вісім стилів споживання [Lawson, Sarah, 2002; White Paper, 2008; Yankelovich, Meer, 2011], які претендують на універсальність. Водночас у моделі є й недоліки, зокрема те, що межі сегментів дуже розмиті, а самі сегменти характеризують споживачів через споживання. Тому пряме використання сегментації для аналізу вітчизняних споживачів навряд чи доцільне. Однак важливо, що

аналітичні координати психографічного опису VALS-2 (врахування ресурсів споживачів і врахування орієнтації споживачів) можуть бути зіставлені з результатами моделювання через типові орієнтації «хочу» в межах ресурсів «можу», завдяки чому робимо висновок, що модель психографічного опису VALS-2 має спільну просторову основу з запропонованою типологією домагань і ресурсів. Варто розуміти, що ресурси у психографічному підході розуміють досить широко, до них включають не лише доходи, а й освіту, здоров'я, енергійність та інші психологічні риси. Оскільки в нашому дослідженні ми спеціально не торкалися психологічних показників, вважаємо за доцільне залучити до схеми аналізу описи універсальних типів, отриманих на основі VALS-2, для того щоб у подальшому спробувати виокремити їх елементи в емпіричному дослідженні стилів споживання сільських мешканців України.

До групи з великими ресурсами належать *інноватори* (Innovators) – забезпечені, сучасні, з високою самооцінкою і надлишковими ресурсами.

До групи з помірно великими ресурсами входять три типи споживачів із різною мотивацією: орієнтовані на принципи *мислителі* (Thinkers) – зрілі, задоволені життям, орієнтовані на комфорт, консервативні у споживанні; орієнтовані на статус *успішні* (Achievers), для яких важливий імідж, намагання мати товари та які демонструють успіх оточенню, рівному їм за статусом; орієнтовані на дію *експериментатори* (Experiencers) – молоді, перебувають у процесі формування життєвих цінностей, з ентузіазмом сприймають нові можливості, витрачають переважну частину доходу на одяг, музику та кіно.

Групу з помірно невеликими ресурсами утворюють також три типи: орієнтовані на принципи *віруючі* (Believers) – консервативні, віддані традиційним цінностям, дотримуються усталених правил повсякденності стосовно дому, родини, громадських та релігійних організацій; орієнтовані на статус *мі, що прагнуть* (Strivers) – через споживання досягають самовизначення і схвалення від оточення, однак те, що вони хочуть мати, зазвичай їм недоступне; орієнтовані на дію *практики* (Makers) – практичні люди орієнтовані у споживанні насамперед на те, що має практичне або функціональне призначення (інструменти, автомобілі тощо).

Нарешті групу з малими ресурсами представляють *споживачі, які виживають (Strugglers)* – хронічно бідні, обмежені у можливостях задовольняти основні поточні потреби, прагнуть безпеки і забезпеченості необхідним.

Очевидно, що, зважаючи на реальну картину ресурсів та особливості сільського способу життя, можна очікувати нерівномірну представленість указаних універсальних типів серед українських селян. Зокрема, можна прогнозувати більшу поширеність типів *віруючих* та *тих, які виживають*, і значно меншу вірогідність зустріти *інноваторів* або *експериментаторів*.

Послугуючись результатами здійсненої понятійно-категоріальної розвідки, перейдемо до розроблення й верифікації моделі стилів споживання сільських мешканців. Для цього використаємо габітуальну модель сільського способу життя та типологію домагань і ресурсів у здійсненні споживання (насичений, розвинений, дефіцитарний, нерозвинений типи сільського споживання), які ми уточнимо за допомогою принципів орієнтацій у споживанні (координати VALS, VALS-2) та форм зайнятості. Наведемо послідовний перелік комплексу параметрів моделі стилів споживання сільських мешканців.

1. Спосіб життя:

- аграрний;
- комбінований (перехідний);
- неаграрний.

2. Габітуси сільського життя:

- «на землі»;
- «біля землі»;
- «від землі»;

3. Ресурси для здійснення стилю споживання (фінансові, матеріальні, просторові, інформаційні тощо):

- високий;
- середній;
- низький.

4. Принципова орієнтація у споживанні (координати VALS та VALS-2):

- спрямовані на самоствердження; орієнтація на дії;
- орієнтовані на зовнішню оцінку і підвищення статусу; орієнтація на статуси;
- керуються потребою; орієнтація на принципи.

5. Типологія стилів сільського споживання:

- насичений тип;
- розвинений тип;
- дефіцитарний тип;
- нерозвинений тип.

У межах габітуальної моделі «на землі» (габітус постійного зв'язку з землею, характерний для селян⁶, які залежать від результатів роботи на землі) виділяємо шість стилів сільського споживання селян: 1) стиль споживання фермерів, 2) стиль споживання родин, які ведуть товарне особисте селянське господарство (ОСГ), 3) стиль споживання керівників агровиробництв, 4) стиль споживання найманих працівників, 5) стиль споживання сезонних сільськогосподарських робітників, 6) стиль споживання родин, які ведуть ОСГ для особистих потреб.

Загальну конфігурацію стилів споживання сільських мешканців у межах габітусу «на землі» (аграрний спосіб життя) подано в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Стили споживання сільських мешканців у межах габітусу «на землі»,
аграрний спосіб життя

Стиль споживання сільських мешканців	Тип сільського споживання	Ресурс
фермерський	насичений	високий
родин селян, які ведуть ОСГ з товарною орієнтацією	насичений	середній
родин селян, які ведуть ОСГ для власних потреб	дефіцитарний	низький
найманих аграрних працівники вищої ланки	розвинений	високий
найманих аграрних працівників середньої ланки	розвинений/насичений	середній
сезонних сільськогосподарських робітників	дефіцитарний	низький

⁶ Ми використовуємо термін «селянин» для позначення сільського мешканця, адже вони повною мірою є носіями аграрного способу життя – їхня зайнятість безпосередньо пов'язана із сільськогосподарськими циклами виробництва, що формує як структуру доходів і видатків, так і динаміку вільного часу для здійснення споживання.

Як бачимо, тут представлено два типи зайнятості – самозайняті селяни та наймані працівники агросектору. Серед перших найбільший ресурс для споживання мають фермери. Можна припустити, що за психографічним описом стилю споживання цієї групи більше відповідатимуть люди з орієнтацією на статус або на принципи – *успішні* (Achievers) або *мислителі* (Thinkers). Також припускаємо, що фермери більшою мірою тяжіють до насиченого стилю споживання – «можуть, але не хочуть» споживати більше. Це пов'язано з сезонністю у сільськогосподарському циклі виробництва. Структура витрат і накопичення в межах високоресурсної габітуальної моделі «на землі» має свою специфіку: споживання відбувається сезонно, а отже в ньому домінує орієнтація на накопичення, адже щоб закласти новий сільськогосподарський сезон, такому селянину потрібні будуть витрати «на землю» (добрива, техніка, посівний матеріал тощо).

Подібну групу, але з нижчим рівнем ресурсів утворюють родини селян, які ведуть особисте підсобне господарство з товарною орієнтацією (зазвичай це ОСГ, що спеціалізується на продажу конкретної сільськогосподарської продукції, так зване товарне ОСГ)⁷. Орієнтуючись на психографічну сегментацію, тут можна прогнозувати представленість типів *віруючих* (Believers) – консервативних споживачів, які керуються усталеними повсякденними правилами, та *практиків* (Makers) – орієнтованих у споживанні на функціональність і практичність. Група селян, які мають товарне ОСГ, як і фермери, тяжіє до насиченого типу споживання, яке в період навантажень стає функціональним, щоб після отримання прибутків за результатами сезону стрімко зрости.

Найнижчий ресурс серед самозайнятих на землі мають родини селян, які ведуть ОСГ для власних потреб. У термінах психографічної сегментації це скоріше *споживачі, які виживають* (Strugglers) і обмежені в задоволенні базових потреб. Серед цієї групи, очевидно, превалюватимуть дефіцитарний або нерозвинений тип сільського споживання, за яких домагання не реалізуються (а часто і не формуються) через брак ресурсів.

⁷ Ресурси споживання для групи селян, які ведуть товарне ОСГ в прилеглих до великих міст селах, можуть мати значну специфіку, а отже впливати на стиль споживання. Тут можлива постійна, а не сезонна зайнятість у торгівлі товарами ОСГ (зокрема теплиці), що впливає на структуру доходів і видатків.

Другу групу в межах габітусу «на землі» утворюють наймані працівники агросектору, серед яких ми виділили вищу ланку, середню та некваліфікованих і сезонних працівників. Особливості способу життя і типу зайнятості певною мірою відрізняють їх від самозайнятих. Теоретично стиль споживання найманих аграрних працівників вищої ланки має бути ближчим до розвиненого типу, тобто до тих, хто «може більше і хоче більше», оскільки вони мають ресурси, але не мають низки обмежень, притаманних способу життя фермерів. Керівники на агропідприємствах, очевидно, «можуть» більше, однак за психографічним описом тут можна очікувати представленість тих самих типів, що й у групі фермерів.

Середній ресурс мають наймані аграрні працівники середньої ланки (трактористи, високооплачувані спеціалісти сільськогосподарського виробництва). У цій групі можна очікувати відтворення всіх типів, які за психографічним описом належать до групи з помірно невеликими ресурсами. Можна очікувати, що порівняно з керівниками наймані працівники середньої ланки демонструватимуть більшу орієнтацію на статус, але не виключено, що тут можуть зустрічатися й інші типи, зокрема представлені в групі з помірно високим ресурсом. Щодо типу споживання представників цієї групи також не можна щось попередньо стверджувати однозначно. Вони не є носіями дефіцитарного типу, але можуть репрезентувати як насичений, так і розвинений тип споживання.

Найнижчим ресурсом володіють сезонні сільськогосподарські робітники, які за своїми характеристиками практично не відрізняються від уже описаної нами групи селян, що ведуть ОСГ для власних потреб і теоретично мають бути віднесені до дефіцитарного типу споживання, а за психографічним описом належать до тих, хто виживає (Strugglers).

Тепер розглянемо стилі споживання сільських мешканців у межах **габітусу** «біля землі» за умов перехідного способу життя. Нагадаємо, що йдеться про ешканців сіл, які мають комбіновані форми трудової поведінки, поєднують аграрний і неаграрний тип зайнятості, що дає змогу збільшувати джерела доходів.

Виходячи з типу зайнятості ми виділяємо такі стилі споживання сільських мешканців у межах габітусу «біля землі»: стиль споживанням сільської інтелігенції і службовців, стиль споживання маятникових трудових мігрантів, стиль споживання

міських селян, стиль споживання родин заробітчан, стиль споживання підприємців у сфері послуг і торгівлі на селі, стиль споживання пенсіонерів (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Стилі споживання сільських мешканців у межах габітусу «біля землі»,
перехідний спосіб життя

Стиль споживання сільських мешканців	Тип сільського споживання	Ресурс
сільської інтелігенції і службовців	Насичений	високий
некваліфікованих найманих працівників	Дефіцитарний	низький
підприємців у сфері послуг і торгівлі на селі	Насичений	високий
«Міські селяни»	Розвинений	середній
Пенсіонери	нерозвинений/дефіцитарний	низький
родин заробітчан	Розвинений	високий

«Міські селяни» – це представники групи в сільській спільноті, які колись покинули село і тривалий час жили і працювали в місті, але згодом повернулися до життя в селі, зазвичай після виходу на пенсію. Актуальність виокремлення цієї групи додатково обумовлена віковим кластером, наразі повертаються до сіл ті, хто поїхав до міст у роки найбільшої втечі з села (кінець 70-х – середина 80-х років) [Крилова, 2011]. На відміну від типових сільських пенсіонерів міські пенсіонери мають вищий ресурс (зокрема через більші пенсії) і загалом демонструють розвинений тип сільського споживання. За психографією тут гіпотетично мають бути представлені типи, характерні для групи з помірно невеликими ресурсами, насамперед орієнтовані на дію *практики* (Makers) та орієнтовані на статус *ті, які прагнуть* (Strivers). З одного боку, їхні практики і смаки сформовані в міському споживанні, на селі вони нібито «новачки», і їм важливо отримати зовнішню оцінку та здобути статус у межах сільського соціуму, з іншого – ця група повертається до стартового габітусу.

Стиль споживання сільських пенсіонерів також визначаємо в межах габітусу «біля землі». Незважаючи на те, що пенсіонери на селі належать до тієї малочисельної групи сільських мешканців, які отримують регулярний і гарантований грошовий дохід, тобто не залежать лише від результатів роботи на землі, вони, як правило, намагаються вести ОСГ, тримати худобу і птицю, бути постійно «при роботі», «допомогти дітям» тощо. Для них характерні нерозвинений або дефіцитарний тип

споживання, а в межах психографічного опису це споживачі, які виживають (Strugglers), – низький дохід, обмеження у споживанні, стиль відмови від усього.

Високий ресурс у межах габітусу «біля землі» мають групи підприємців у сфері сервісу і торгівлі на селі та родин заробітчан. Підприємцям притаманний розвинений тип споживання («хочуть і можуть»), орієнтація на зовнішню оцінку і підвищення статусу. Стиль їх споживання за психографічним описом теоретично має сприяти відтворенню типу *тих, які досягають* (Achievers).

Родини заробітчан є середовищем, у якому існують сприятливі умови для відтворення типу *шукачів нового досвіду* (Experiencers). Вони перебувають у процесі запозичення цінностей і зразків поведінки, тому з ентузіазмом сприймають і використовують нові можливості у споживанні.

До групи з помірно низькими доходами належить переважно сільська інтелігенція і службовці. Серед її представників можуть бути як носії насиченого типу споживання («можуть, але не хочуть»), так і представники розвиненого типу («хочуть і можуть»), спрямовані на самоствердження. Це якраз той випадок, коли відносно невисокий матеріальний ресурс компенсується іншими ресурсами, зокрема освітнім, високою самооцінкою та ін. Тому в цій групі можна очікувати появу споживачів, які актуалізуються (Innovators), для них характерний широкий спектр інтересів, відкритість для змін, і водночас *мислителів* (Thinkers), для яких важливою є повага до традицій.

Дефіцитарний тип споживання в межах габітусу «біля землі» характерний для некваліфікованих найманих працівників (продавці, няні в садочках, різноробочі). За основним місцем роботи вони не зайняті сільськогосподарським виробництвом, але, як правило, мають вести ОСГ для власних потреб, зважаючи на недостатній рівень матеріальної забезпеченості. Вони репрезентують орієнтацію тих, хто «не може, але хоче», тому про специфічну мотивацію споживання не йдеться, воно націлене переважно на задоволення базових потреб.

Попередньо розглянуті стилі споживання мають важливу спільну характеристику – вони розгортаються в межах стійких сільських стилів споживання, які є логічними проявами габітусів «на землі» та «біля землі».

Крім селян із добре визначеними габітуально стилями варто виокремити також сільських мешканців, які ведуть сільський спосіб життя частково, фрагментарно. До цієї групи потрапляють насамперед сільські мешканці, які мають досвід тривалих запозичень і наслідувань міських стилів, прагнуть поїхати із села, проте поки що остаточно не покинули село і змушені туди періодично повертатися (наприклад, сільська молодь, яка має досвід заробітчанства й орієнтована на виїзд із села; частково – маятникові трудові мігранти до міст; сільські студенти, які навчаються в місті). Також окремим випадком є стиль споживання дачників, містян, дауншифтерів та інших «диваків із міста», які можуть тривалий час мешкати в селі, проте не відтворюють сільськогосподарських циклів виробництва.

Якщо в першому випадку сільські мешканці демонструють габітус «від землі» (земля заперечується як цінність, робота на землі сприймається як «низька», сільські практики споживання заперечуються, смаки сільського споживання сприймаються як «селюківські»), то в другому його протилежність – бажання наблизитися до «сільського» як до кращого, але без відтворення сільського способу життя – габітус «до землі»⁸.

Стилі споживання в межах габітусів «від землі» і «до землі» – нестійкі, фрагментарні, такі споживачі проявляють себе в сільській спільноті лише частково. Ми визначаємо їх через проживання в сільському населеному пункті, проте практики споживання мігрантів розгортаються в просторі міста, а практики «диваків із міста» переважно лише зовні схожі на сільські, оскільки відтворюються через просте запозичення та копіювання моделей сільського споживання⁹.

Отже, здійснена операціоналізація концепту стилю сільського споживання дає можливість запропонувати комплексний підхід до моделювання стилів сільського споживання на основі таких показників: сільський спосіб життя (аграрний,

⁸ У першому обґрунтуванні моделі ми пропонували диференціацію двох габітусів відмови від роботи на землі: «від землі» та «проти землі» [Лінцова, 2015, с. 71]. Проте подальший аналіз сільських практик показав, що головним є не спосіб отримання доходів, який може зовсім не бути пов'язаний з аграрною працею, а належність до сільської спільноти, яка і формує габітус, відповідно сільські мешканці не втрачають габітуального зв'язку з землею, доки залишаються жити на селі. Тому в остаточній конфігурації представлений лише габітус «від землі».

⁹ Наприклад, стиль споживання студентів, які навчаються в місті і повертаються на канікули чи вихідні в село. Сільське споживання тут – це окремі, не регулярні практики. Більшість практик споживання розгортаються поза сільським соціальним світом, смаки формуються в місті.

перехідний та неаргарний); ресурс для здійснення стилю споживання (високий, середній, низький); габітус сільського життя («на землі», «від землі», «проти землі», «біля землі»); орієнтацію у споживанні (координати VALS та VALS-2); типологія стилів споживання (насичений тип сільського споживання, розвинений тип сільського споживання, дефіцитарний тип сільського споживання, нерозвинений тип сільського споживання).

Розвиток стилю споживання, його ускладнення і механізми прояву безпосередньо пов'язані з життєвими можливостями і наявними ресурсами для забезпечення потреб, які, своєю чергою, визначаються конфігурацією ринку праці та соціально-економічною ситуацією регіону проживання. Динамічні соціальні перетворення всередині сільського соціального світу останніх десятиріч призвели до появи нових, зникнення старих та трансформації існуючих стилів споживання.

Спираючись на запропоновану концептуальну схему, спробуємо тепер перевірити наші теоретичні побудови. Для цього на основі виділених індикаторів сільського способу життя шукатимемо емпіричних підтверджень існування змодельованих стилів сільського споживання.

РОЗДІЛ 3

СТИЛІ СПОЖИВАННЯ СІЛЬСЬКИХ МЕШКАНЦІВ

3.1. Програма емпіричного дослідження

Проблемна ситуація емпіричного дослідження характеризується низкою важливих характеристик. Насамперед слід констатувати неможливість прямого продовження традиції емпіричних досліджень сільського способу життя, здійснених в 1960-ті та 1980-ті роки. В той період було накопичено багатий емпіричний матеріал, інтерпретація якого хоча й має ідеологічний характер, проте комплексно характеризує основні сторони життєдіяльності сільського соціуму радянського періоду [Мурніек, 1985].

Від початку такі джерела було проаналізовано задля пошуку значущих індикаторів сільського стилю життя та стилю споживання, які можна було б розглянути в історичній динаміці та порівняти з сучасною ситуацією. Утім виявилось, що докорінні зміни в сучасному сільському способі життя, стилі життя і стилі споживання настільки змінили сам предмет дослідження, що порівняння з радянським періодом не може бути здійснено через реплікацію досліджень із застосуванням показників та індикаторів, що використовувалися раніше.

Другим важливим моментом проблемної ситуації є те, що за роки незалежності відбулися важливі зміни у всіх компонентах теоретично задіаних нами при подубові моделі. *Сільський спосіб життя* значною мірою втратив прямий зв'язок із зайнятістю сільських мешканців у сільськогосподарському виробництві. Нині сільське господарство вже не є провідною сферою зайнятості сільського населення, відбувається перехід до багатоукладної експліцитної сільської економіки з комбінацією різних форм зайнятості. *Стиль життя сільських мешканців змінився* в бік переходу від моностилізму до полістилізму. Масштабних змін зазнав і *сільський стиль споживання*. Ці зміни найдинамічніші й найбільш видимі під час спостереження. Їх ознаками є перехід від обмеженості споживчої пропозиції до

можливості споживчого вибору, від дефіциту споживчого вибору до його бездефіцитарності тощо.

Третій важливий момент в характеристиці проблемної ситуації пов'язаний з специфікою соціологічних досліджень села в сучасній українській соціології. З одного боку, існує досить потужна емпірична база загальнонаціональних опитувань, у межах яких село тлумачиться як номінальна група, тобто в межах вибіркової сукупності репрезентовано сільський тип населених пунктів, і ці дані використовуються для порівняльного аналізу і для пошуку відмінностей між селом і містом загалом. З іншого боку, за переліком індикаторів жодне розглянуте дослідження окремо і всі вони в цілому не дають можливості отримати підтвердження або спростування гіпотез про особливості сільського способу життя, стилю життя і стилю споживання. Відповідно у емпіричному аналізі об'єкта нами використовувалися дані кількісних досліджень (насамперед дані моніторингу «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України) переважно як допоміжний матеріал, який дає можливість окреслити дотичні до досліджуваної проблематики характеристики українського села.

Нарешті певні проблеми виникають і при використанні статистичних даних, які на жаль, також не є повноцінними, оскільки серед селян поширена практика отримання доходів прихованими від статистичних досліджень методами, зокрема через неофіційні види господарської діяльності (натуральне виробництво, робота в особистих підсобних господарствах, заробітчанство, доходи від здавання в аренду паїв тощо). Відповідно результати вибірових обстежень домогосподарств Державної служби статистики також залучалися до аналізу як домоміжне джерело інформації.

Отже, сучасна ситуація щодо вивчення сільського способу життя, стилю життя та стилю споживання є досить складною. Ми не можемо повноцінно відтворити їх змістовні характеристики ані за допомогою офіційними джерелами статистики, ані послуговуючись результатами наявних соціологічних досліджень.

Аналіз проблемної ситуації засвідчив, що зміни, які відбулися в сільському способі життя, у практиках і стилях сільського споживання, потребують емпіричного дослідження з використанням якісної методології. Для верифікації авторської моделі

стилів споживання мешканців сіл було використано феноменологічний підхід із застосуванням комбінації фокус-групових дискусій та методу спостережень, що дало можливість побачити реальні практики і стилі споживання, виявити їхні специфічно сільські властивості та дізнатися про той практичний зміст, який вкладають селяни у стиль споживання.

Зважаючи на предмет і об'єкт дослідження, що були визначені у вступній частині дисертації головна *мета емпіричної частини* дослідження полягає в перевірці теоретичної моделі стилів споживання сільських мешканців.

Серед завдань емпіричного дослідження виділяємо такі:

- 1) визначити, як саме ознаки способу життя впливають на стиль життя і стиль споживання;
- 2) описати динаміку трансформації стилів споживання сільських мешканців: від радянського зразка до сучасних моделей;
- 3) зафіксувати наявні габітуси сучасного сільського стилю життя для сільських населених пунктів різного типу;
- 4) визначити ознаки споживчих практик, які характерні для різних стилів життя сільських мешканців.

Якісне дослідження складалося з розвідувального та основного етапів. Завдання розвідувального етапу полягали в уточненні критеріїв цільового відбору сільських мешканців для участі в дослідженні (для розроблення скринінгової анкети і квот відбору в емпіричному дослідженні на основному етапі) та в окресленні й конкретизації досліджуваного феномену стилю споживання сільських мешканців у показниках і індикаторах, на основі чого в подальшому розроблявся гайд фокус-групової дискусії.

Спостереження на розвідувальному етапі мали етнографічний характер і тривали протягом восьми місяців у 2012–2013 рр. Загалом спостереження та інтерв'ю відбулися в 23 сільських населених пунктах у Хмельницькій, Київській, Житомирській, Тернопільській та Чернігівській областях. Занурення в повсякденний зміст сільського життя вдалося завдяки комплексу пошукових заходів, а саме: спостереження в закладах харчування (кафе, бари) в селах; відвідування магазинів і

ринків; візити до об'єктів культури (школи, бібліотеки) та охорони здоров'я (амбулаторії й аптечні пункти на місцях); відвідування сільських свят, зокрема таких, як свято врожаю і день села; відвідування відкритого музею соціалістичного села, де представлено сільські будинки з внутрішнім інтер'єром 60–70-х років ХХ ст. з усіх областей України та Автономної Республіки Крим.

Серед структурованих процедур збору даних у межах розвідувального етапу було проведено десять розвідувальних глибинних інтерв'ю із сільськими мешканцями з тематики сільського способу життя та шість неформалізованих бесід із працівниками сільських торговельних закладів, реалізаторами на ринках, відвідувачами та покупцями із числа сільських мешканців.

Зазначимо кілька узагальнень за враженнями модератора й дослідника від роботи на розвідувальному етапі:

- попри матеріальні негаразди селяни декларують поліпшення власного споживання, говорять про урізноманітнення споживчих практик і місць вибору товарів. Усюди відбулася відмова від «радянського» стилю споживання і від закупівлі товарів на майбутнє;

- триває розвиток сфер торгівлі і сервісу, зростає кількість місць торгівлі товарами, з'являються нові канали продажу – розширюється простір споживання і пропозиція в споживанні. Часто відмічають, що в останні роки практично все бажане можна купити, не виїжджаючи з села, або замовити доставку побутової техніки, будівельних матеріалів;

- зі зростанням пропозиції дедалі частіше вдаються до «побутового маркетингу» як стратегії вибору товарів на основі відгуків, аналізу реклами і порівняння цін. Обговорюючи критерії і пріоритети під час вибору товарів (окрім ціни й орієнтації на економію як провідного критерію для малозабезпечених селян), часто згадують про престижність товарів, натуральність (для продуктів харчування), якість одягу і взуття, надійність побутової техніки, екологічність будівельних матеріалів, ефективність побутової хімії тощо;

- з'явилися принципово нові статті видатків, не характерні за радянських часів, зокрема витрати на нові засоби комунікації (мобільний зв'язок, Інтернет), комерційну освіту й медицину.

У містах вищезгадані процеси щодо розширення простору споживання та зростання інтересу до нових товарів і послуг уже відбулися роками раніше, в селі ж вони набирають масштабу саме в цей час.

Головним результатом розвідувального етапу була фіксація того, що зміни в споживанні наочно показують наслідки трансформації радянського села в село ринкової економіки. Під час спостережень у місцях торгівлі та під час неформалізованих бесід було також підтверджено, що характерною ознакою сільського споживання є його високе символічне навантаження, яке відбиває специфіку сільського способу життя з притаманною йому близькою соціальною дистанцією, стабільним складом мешканців, тісними сусідськими зв'язками і щільною мережею особистісних контактів. Відповідно такі складові споживчої поведінки як процес вибору і купівлі товарів повсякденного попиту частіше супроводжуються емоційними реакціями, а також подальшою демонстрацією та обговоренням товарів серед знайомих і сусідів.

Отже, частина дослідницьких завдань/гіпотез ґрунтуються на результатах теоретичного розроблення проблематики споживання і сільського способу життя, отриманих у розділах 1 і 2 дисертаційної роботи, а частина гіпотез виникла під час розвідувального етапу дослідження проблематики сільського способу життя як додаткові положення для перевірки.

Основне емпіричне дослідження стилю споживання і способу життя сільських мешканців із використанням якісної методології соціологічних досліджень тривало протягом п'яти років і складалося з трьох періодів/етапів збору даних. Перший етап тривав у січні–лютому 2014 року і складався з п'яти фокус-групових дискусій; другий період – у лютому 2017 року, обсяг робіт склав чотири ФГД. Під час третього періоду в червні 2019 року було проведено одну завершальну ФГД у селі Ставок Чернігівської області. Влітку 2020 року з метою актуалізації даних про трансформації сільського споживання, зокрема у зв'язку з питанням про ставлення селян до зняття мораторію

на продаж землі та вплив пандемії коронавірусу на споживчі практики, було проведено фокус-групову дискусію тривалістю близько трьох годин у селі Яблунівка Носівського району Чернігівської області.

Географія дослідження представляє п'ять регіонів України: Центр, Схід, Захід, Південь і Північ, а також різні типи сільських населених пунктів – від хутора до райцентру. У Центрі – це Полтавська область, на Сході – Запорізька, на Заході – Івано-Франківська, на Півночі – Житомирська й Чернігівська; на Півдні – Миколаївська.

У межах кожної області було відібрано кейси типових сіл. Відбір села враховував не тільки (і не стільки) розмір сільського населеного пункту, скільки його функціональне значення і специфіку зайнятості населення. Так, за кількістю населення розрізняють села малі (до 500 жителів), середні (500–1000), великі (понад 1000 мешканців). Із припиненням існування виробничих комплексів багатьох сільських господарств (за радянських часів базових «одиниць сільського розселення» [Рогожин, 2004]) і через занепад мережі агросервісних та переробних підприємств в останні роки зросло значення пересічних сіл і зменшилася кількість центральних сіл. Частину функцій із обслуговування населення центральних і пересічних сіл, зокрема із забезпечення процесів споживання, перебрали на себе «кущові центри» і райцентри, а додатковою реакцією на ці процеси була автономізація сервісних функцій добового циклу на рівні пересічного села (зростання числа магазинів і торгових точок) та автономізація хутора (тенденція до самозабезпечення й натуралізації). Розуміння таких демографічних і поселенських процесів було враховано під час відбору перспективних для завдань дослідження сільських населених пунктів.

Перед тим, як ухвалити остаточне рішення про включення села до переліку кейсів, з'ясувалися також такі чинники: віддаленість від найближчого міста, наявність регулярного транспортного сполучення, наявність сільської ради, пошти, школи, фельдшерського пункту, уточнювалися кількість продуктових та господарчих магазинів, наявність речового ринку тощо. Як і в першому розвідувальному дослідженні, вивчалися інвестиційні паспорти районів, аналізувалися відкриті джерела стосовно структури зайнятості в районі для того, щоб сформулювати квоти

для відбору респондентів. Додатково в бесідах із головами сільських рад або завдяки «провідникам» уточнювалася специфіка населеного пункту порівняно із сусідніми, дізнавалися враження про «депресивність» або ж «прогресивність» досліджуваного села, його історію й унікальні особливості. На основі зібраної інформації робився висновок стосовно типовості села як кейса.

У результаті розроблено таку географію дослідження, в межах якої протягом 2014–2020 рр. зібрано кейси сільських населених пунктів:

1. Центр, Полтавська область, Новосанжарський район, село **Дубина** (за кількістю населення (536 осіб) – це середнє село; пересічне село за ієрархічним рівнем). Польові роботи проведено в серпні 2017 року.
2. Центр, Полтавська область, Новосанжарський район, село **Клюсівка** (мале село, хутір за ієрархічним рівнем, 451 особа). Польові роботи відбулися в лютому 2014 року.
3. Центр, Вінницька область, Калинівський район, село **Корделівка** (велике за кількістю населення та центральне за ієрархічним рівнем село, населення становить 2902 особи). Польові роботи проведено в червні 2017 року.
4. Схід, Запорізька область, Мелітопольський район, село **Мирне** (велике село, за ієрархічним рівнем кущовий центр, 2957 осіб). Польові роботи проведено в лютому 2014 року.
5. Схід, Запорізька область, Мелітопольський район, село **Терпіння** (велике центральне село, 4854 особи). Польові роботи проведено в червні 2017 року.
6. Захід, Івано-Франківська область, Тисменицький район, село **Старий Лисець** (велике центральне село, 3795 осіб). Польові роботи проведено в лютому 2014 року.
7. Південь, Миколаївська область, Вознесенський район, село **Олександрівка** (велике село, кущовий центр, 6063 мешканці). Польові роботи проведено в лютому 2014 року.
8. Північ, Житомирська область, Баранівський район, село **Довбиш** (велике центральне село, 4571 особа). Польові роботи проведено 24 лютого 2014 року.
9. Північ, Чернігівська область, Носівський район, село **Ставок** (мале село, хутір, 247 мешканців). Польові роботи проведено 29 червня 2019 року.

10. Північ, Чернігівська область, Носівський район, село **Яблунівка** (мале пересічне село, 341 особа). Польові роботи проведено 28 серпня 2020 року.

У перший період дослідження 2014 року структура ФГД включала в себе окремо групи чоловіків і жінок у кожному селі, проте з широким віковим діапазоном до тридцяти років усередині групи – від 30 до 60 років. У другий і третій періоди дослідження (2017, 2019 і 2020 роки) всі ФГД були з рівномірним розподілом за гендерною ознакою всередині групи – половина чоловіків і половина жінок, проте віковий діапазон всередині груп було скорочено за віком до інтервалу 15 років – у групах брали участь респонденти у віці від 30 до 45 років.

Рекрутинг респондентів ФГД у повторних періодах 2017, 2019 та 2020 років не включав кейсів сіл або респондентів попереднього етапу, але відбувався за тим же алгоритмом та інструментарієм (скринінговою анкетною відбору), що і в 2014 році. Середня тривалість кожної з десяти фокус-групових дискусії складала дві години. У кожній фокус-групі брали участь 8 або 10 осіб, попередньо відібраних серед інших учасників, які заповнили анкети для участі. Перед початком дискусії дослідник проводила коротку бесіду з усіма запрошеними до участі, як правило, не менше 10-ти, максимум 18-ти осіб, і особисто обирала учасників групи.

Вимоги до участі в дослідженні й цільовий відбір сільських мешканців для участі в дослідженні були спрямовані на те, щоб отримати половину складу групи з представників тих домогосподарств, які зайняті в аграрному секторі і отримують основний прибуток від роботи на землі, а другу половину групи – з тих домогосподарств, в яких основні доходи отримуються поза межами агросектору. По першій квоті проходили ті домогосподарства, де робота в агровиробництві за наймом, фермерство або робота в особистому підсобному господарстві є основним джерелом доходів. По другій – сільська інтелігенція (вчителі, працівники культури та управлінці), мятникові трудові мігранти й заробітчани, приватні підприємці в сферах торгівлі і послуг тощо.

Попередній підбір учасників у селах Запорізької, Чернігівської, Вінницької та Миколаївської областей здійснювали спеціалісти з рекрутингу, які кілька разів виїздили з обласних міст. В Івано-Франківській, Полтавській та Житомирській

областях набір учасників проводили ті «провідники» на місцях, яких безпосередньо порадили голови сільських рад. Під час організації польового етапу дослідження в сільській місцевості виявлено низку обмежень, які не властиві організації фокус-групових дискусій у містах.

По-перше, проведення дослідження в сільській місцевості вимагає погодження з сільською управлінською верхівкою – головою або секретарем селищної ради. Організація набору респондентів краще відбувалася в тих селах, де до процесу було залучено «провідників» – директорів шкіл, учителів, продавців у магазинах тощо. На початку польового етапу було виявлено комунікаційну проблему: селяни уникали прямих контактів із міськими рекрутерами, побоювалися брати участь у нових практиках спілкування з невідомими людьми, спонтанно сприймаючи фокус-групову дискусію як електоральну активність кандидатів тощо. Через це процедуру рекрутингу «сніжний ком», яка планувалася до запуску через продавців у магазинах, було призупинено доти, доки ми не погодили дослідження із сільською управлінською верхівкою.

Завдяки листу-зверненню від наукової установи сільські голови легше пішли на контакт і дозволили проводити дослідження в обраних селах. Окремі сільські голови сприяли дослідженню, пропонуючи допомогу з приміщенням для проведення дискусії, і порадили інших авторитетних осіб – «провідників» у світ села. «Провідники» були в подальшому рекрутерами і залучали селян до участі, орієнтуючись на вимоги в анкеті попереднього відбору.

По-друге, важливе значення має календарний період проведення дослідження та конкретний час початку дискусії. Дослідження спеціально проводилося в зимовий період, коли селяни значно менше прив'язані до роботи по господарству і мають більше вільного часу. Фокус-групи краще розпочинати в першій половині дня, з 10-ї години ранку, а завершувати до початку сутінок у зимовий період – це пов'язано з роботою по господарству (в зимовий період це переважно догляд за худобою і птицею). Також порівняно з міськими мешканцями селяни прокидаються і засинають в середньому на дві-три години раніше, що треба мати на увазі під час планування дослідницьких робіт.

По-третє, в межах сільського дослідження вкрай важко витримати такий критерій відбору, як відсутність особистих контактів між учасниками дискусії. Близька соціальна дистанція призводить до того, що навіть у кущових центрах селяни добре знають одне одного. Тому важливо особливу увагу приділити тому, щоб «провідники» та рекрутери не запрошували до однієї групи не тільки родичів, а й близьких сусідів, кумів та колег по роботі.

По-четверте, організація фокус-групових дискусій у селах потребує особливих часових і фінансових витрат. Складнощі з транспортним сполученням, поганий стан доріг у зимовий період (замети на дорогах) разом з відсутністю місць для ночівлі в селах не давали дослідникові можливості вкластися в одноденне відрядження до села, змушуючи його як мінімум до дводенного візиту. Вісім кейсів наведених сіл доставлялися на автотранспорті, лише в західному регіоні транспортне сполучення було зручним для здійснення поїздки залізницею та громадським транспортом. Загалом проведення фокус-групових дискусій у межах основного дослідження безпосередніх польових робіт тривало більше місяця.

3.2. Стиль споживання сільських мешканців: перехід від моностилізму до полістилізму

Базовим виміром нашого дослідження є аналіз *стилю споживання сільських мешканців*, який ми визначаємо як стійкі форми реалізації індивідом споживчих звичок, стереотипів і цінностей у споживчій поведінці в умовах, обмежених об'єктивними чинниками способу життя. Сучасний простір стилів споживання сільських мешканців сформувався у пострадянську добу, коли розпочався перехід від моностилізму до полістилізму в споживанні. Передумови для цього було створено під час аграрної реформи та роздержавлення аграрної сфери (середина 90-х – початок 2000-х років), унаслідок чого докорінно змінилися структура і форми трудової діяльності, що обумовило зміни в сільському способі життя. Стиль споживання безпосередньо пов'язаний із життєвими можливостями й наявними ресурсами для забезпечення потреб, які, своєю чергою, визначаються конфігурацією ринку праці та

соціально-економічною політикою регіону проживання. Зміна економічної формації поклала початок становленню тіньової багатоукладної сільської економіки, що сприяло формуванню широкого спектру умов і чинників споживання.

Водночас визначення особливостей сучасного стилю споживання сільських мешканців потребує відтворення картини сільського споживання в історичній перспективі. З огляду на наявні емпіричні й теоретичні розробки, дотичні до тематики сільського способу життя на українських землях, розглянемо насамперед зміни, що відбулися з переходом від радянського до сучасного періоду.

Головним джерелом соціологічних даних про радянський стиль сільського споживання є дослідження Ю. Арутюняна 1968 р. «Досвід соціологічного вивчення села» [Арутюнян, 1968]. Робота ґрунтується на аналізі статистичних матеріалів і результатів кількісного соціологічного опитування та комплексно відтворює побутові, культурні й економічні умови життя українського сільського населення кінця 60-х років минулого століття. Як типовий кейс було обрано українське село Терпіння з прилеглим радгоспом «Аккерман» у селі Мирне, розміщені в Мелітопольському районі Запорізької області на відстані шести кілометрів одне від одного.

Зазначимо, що село Терпіння також є єдиним прикладом використання монографічного методу в дослідженні сільських спільнот, проведеного на території України. Так, у 1935 р. в селі Терпіння відбулася експедиція економістів із Міністерства сільського господарства СРСР, було зібрано 2000 анкет із тематики економічної діяльності села, з описом господарського, майнового і побутового стану селян, який радянські дослідники широко використовували для порівняльного аналізу традиційного та сучасного способів життя і споживання радянського селянина.

Ми, у свою чергу, під традиційним сільським способом життя і споживання розуміємо вже спосіб життя і споживання радянського періоду, тому використовуємо ці терміни «традиційний» і «радянський» стиль як синонімічні в емпіричному дослідженні 2014 і 2017 років.

Зважаючи на існуючу історію монографічного дослідження село Терпіння і село Мирне були спеціально включені нами до переліку кейсів емпіричного дослідження. У 2014 р. в селі Мирне і в 2017 р. в селі Терпіння нами загалом проведено дві фокус-групові дискусії із дослідження способу життя і стилів споживання селян, які стали основою для порівняльного аналізу і фіксації специфіки трансформації від радянського до сучасного стилів споживання [Лінцова, 2019].

У 1963 р. завдання дослідження села Терпіння визначено його автором, Ю. Арутюняном, як «вивчення співвідношення міжкласових і внутрішньокласових відмінностей, проявів відмінностей між окремими соціально-професійними групами сільського населення» [Арутюнян, 1968, с. 14]. До речі, на думку В. Ядова, в цьому дослідженні було вперше доведено неможливість досягнення соціальної однорідності на селі [Ядов, 1998].

За описом Ю. Арутюняна, «село Терпіння – це велике українське село, в якому у 1963 р. мешкало 5158 осіб... як за своїм економічним станом, так і за соціальним складом відтворює загальну картину радянського села. За даними сільради, в 1963 році колгоспники становили майже 51% населення, робітники і службовці – 46%, що практично збігається із всесоюзними даними – 54% колгоспники і 46% – робітники і службовці» [Арутюнян, 1968, с. 46]. У кількісному опитуванні 1963 р. до випадкової вибірки потрапили 1872 сільські мешканці із села Терпіння, тобто майже 34% населення. Аналіз показників проводився в розрізі форм зайнятості селян. Було виокремлено домогосподарства, голови яких працювали на підприємствах або в державних закладах, а також – у колгоспах. Кожна група домогосподарств ділилася залежно від кваліфікації голови родини: розумова праця – кваліфікована, некваліфікована; фізична праця – кваліфікована, некваліфікована. Родини непрацюючих було враховано окремо. У зв'язку з тим, що в селі Терпіння мешкало занадто мало робітників радгоспів, для зіставлення даних було опитано 582 мешканці сусіднього села Мирне, де населення переважно було зайняте працею в радгоспі «Аккерман», яке за результатами аналізу статистичних звітів «за основними показниками нічим не відрізнялося від загальної маси радгоспів цього району» [Арутюнян, 1968, с. 48].

За даними останнього Всеукраїнського перепису в смт. Мирне проживало 3111 осіб, населення села Терпіння становило 4854 особи. Зазначимо, що історія означених сіл склалася вкрай по-різному. Мирне, засноване в 1951 р. як село, в 1987 р. отримало статус селища міського типу, а досліджуваний радгосп «Аккерман» припинив діяти ще до розпаду СРСР. Село Терпіння, засноване в 1802 р. примусово виселеними сюди сектантами-духоборами, зараз вважається одним із найуспішніших сіл Мелітопольського району. Колгосп-мільйонер імені ХХІ з'їзду КПРС у селі Терпіння на початку 1990-х років було перетворено на багатофункціональний сільськогосподарський кооператив «Дружба», який успішно працює і разом з агрофірмою «Мир» є основним місцем для офіційного працевлаштування в сільськогосподарському секторі для близько 600 осіб із прилеглих сіл (у сільськогосподарський сезон) і для близько 150 осіб протягом календарного року.

На початку 1990-х більшість сільських мешканців були зайняті в колгоспі або радгоспі, меншість працювала в соціальній сфері та сфері обслуговування на селі, близько чверті селян працювали на виробництвах, розташованих поряд із селом. Сьогодні ж в цьому переліку більш-менш стабільними залишилася робота в державних органах влади і на підприємствах соціальної сфери, які в сільській місцевості представлені сільрадами, школами, дитячими садками, фельдшерсько-акушерськими пунктами, поштою, бібліотеками, клубами тощо. Значення всіх інших джерел суттєво змінилося.

Адаптація більшості сільських мешканців до змін логіки виробництва і споживання відбувається в межах неформальної сільської економіки. Займаючись неофіційними, хоча й легальними, видами діяльності (натуральне виробництво, взаємодопомога і обмін), сільські мешканці використовують комбіновану стратегію виживання, яка об'єднує в межах одного домогосподарства практику ведення товарного, натурально-споживчого та традиційного господарств.

На прохання оцінити структуру зайнятості населення Терпіння респонденти у 2017 р. так розподілили умовні 100 відсотків мешканців села: *«Если так прикинуть, то, наверное, человек 20 из 100 будут работать у нас, в нашей инфраструктуре, 20 человек пусть будут ездить в Мелитополь на заработки, те, которые имеют*

стабильную, постоянную работу. Пусть еще 20 будут пенсионеры. Которые сидят на пенсию. А остальные есть, которые работают исключительно для семьи. Мама не работает, а папа занимается каким-то там частным бизнесом» (ж., 2017, Терпіння). У Мирному жителі відзначають, що *«в основном молодежь, вся в городе»* (ж., 2014, Мирне), оскільки в самому селі *«нет здесь работы. Очень плохо»* (ж., 2014, Мирне). Основний сезонний дохід пересічні мешканці Терпіння і Мирного, звичайно, отримують від продажу черешні, що підтверджують респонденти всіх груп 2014 і 2017 років дослідження: *«Мирное больше за счет черешни»* (ч., 2014, Мирне).

В умовах соціально-економічних трансформацій саме колгоспна форма господарювання мала кращий адаптаційний потенціал. Під час фокус-групових дискусій у 2017 р. в селі Терпіння респонденти свій кооператив «Дружба» спонтанно називають колгоспом, проте раціоналізують комбінацію різних типів сільськогосподарського виробництва і багатофункціональність виробництва як основну практичну перевагу, що в разі вмілого господарювання дає селу можливість успішно функціонувати в сучасних ринкових умовах. Наведемо цитати з обговорення теми на ФГД: *«Там (в Мирном) раньше хорошо жили люди, там хорошо делались надои молока, больше очень. А потом, в результате, совхозы распались, а остались колхозы»* (ч., 2017, Терпіння). А жителі Мирного констатують, що *«заводов здесь не будет, а если будут, то платит здесь не будут, остается искать что-то там, а нет – на выезд, все просто вымерло»* (ч., 2014, Мирне). Водночас у Терпінні ситуація інша: *«Колхоз был более многоотраслевое хозяйство и основное здесь было – земля, это были посева зерновых. Плюс еще, в колхозе была своя огородная бригада. Речка Молочная, она на то время была более полноводной, и огородная бригада за счет этого давала большие показатели. Помидоры здесь выращивали, капусту, баклажаны выращивали. Третья отрасль – это был сад. Садоводство. И тоже большие сады колхозные были. И яблоки и черешня была. Плюс еще животноводство было. Были свинофермы, овцы были. И две молочно-товарных фермы. Была своя техника разная. Тракторный парк был. В руках умелого руководителя оно не потеряло своей вот этой вот крепости, ядро вот это сохранилось, отбросив, может быть, какие-то менее перспективные отрасли. Птицеводство,*

животноводство. Понятно, что это очень дорогостоящие отрасли, которые требовали большего вложения денег. И осталось то, что вот базовое. Садоводство. То, что в нашей засушливой степи можно было делать. Это сад и зерновые» (ж., 2017, Терпіння).

Зрозуміло, неможливо робити висновки про доходи сільського населення без урахування особистого селянського господарства. Проаналізувавши статистичні дані й результати опитування, Арутюнян дійшов висновку про поширеність ОСГ серед усіх верств сільського населення, а також висунув гіпотезу про те, що ведення ОСГ слугує головним засобом для вирівнювання статків між категоріями селян. «Особисте господарство, на противагу поширеним уявленням, популярне в усіх суспільних групах, не виключаючи робітників, інтелігенцію і службовців державних підприємств, і дає можливість підтягувати доходи колгоспників до рівня службовців і робітників» [Арутюнян, 1968, с. 52]. В опитуванні фіксується зростання забезпеченості присадибними ділянками серед усіх верств селян, робиться висновок про зрівняння й уніфікацію всіх верств населення через ведення ОСГ. «Порівняно з даними обстеження 1935 року, коли лише п'ята частка інтелігенції і менше ніж половини службовців мали присадибну ділянку... наразі проходить укорінення інтелігенції і службовців... присадибна ділянка є важливою складовою сільського способу життя» [Арутюнян, 1968, с. 52]. Проте у дослідженні 1963 року автори не враховували розміри ОСГ, зокрема площу посівів, адже інтерес до особистого господарства на той період міг негативно вплинути на готовність відповідати на питання анкети [Зинов'єв, Додонова, 1999].

Додамо, що під час проведення фокус-групових дискусій у 2014 та 2017 роках виявилось, що ця проблема збереглася. Питання про розмір ділянок, кількість худоби, тим паче про обсяги грошових надходжень за реалізацію продукції сприймаються селянами з великою недовірою, вимагаючи від дослідника ставити м'які, уточнювальні запитання.

У 2014 і 2017 роках під час обговорення на ФГД запитання про розмір особистого присадибного господарства і розмір паїв відповіді дуже різнилися. У групах у селі Мирне частіше були респонденти без присадибних ділянок, які не

отримали свого часу паїв і не мають присадибних ділянок зараз, мешкають у багатоквартирних будинках або ж у приватних будинках, площа землі навколо яких менше 6 соток. Лише близько третини мають власну землю – садову ділянку з деревами, яку використовують як дачу або ж для здачі в оренду. Відповідно, значимість присадибної ділянки як джерела самозабезпечення не вирішальна: *«Все равно полностью себя не обеспечит. Чем мучиться с картофелем, лучше его купить»* (ч., 2014, Мирне). Водночас попри назву «дача», ділянка часто використовується саме для виробництва необхідної продукції: *«Где-то наполовину, свое возьмешь, там подкупишь. Помидор, огурец – самое главное. Капуста тоже растет хорошо. Я, например, утром на дачу иду, у меня расписание, котов и курочек покормлю»* (ж., 2014, Мирне).

У селі Терпіння питання про кількість землі – значуще, дохід від роботи на землі мають усі респонденти, адже для одних земля є основним джерелом прибутку (зокрема, для фермерів та постійних робітників у кооперативі «Дружба» й агрофірмі «Мир»), а для інших – значимим елементом у комбінованій структурі доходу. Так, на групах були представлені, зокрема, сільська вчителька, яка висаджує 2 гектари перцю, беручи для цього відпустку за офіційним місцем роботи; фермер, який обробляє близько 15 гектарів орендованих у сусідів паїв; пересічні сільські мешканці, які в сезон наймаються на обробку садів чи займаються реалізацією врожаю із фруктових дерев (черешні, абрикоси, яблука, виноград).

Прихильність до ведення особистого селянського господарства залежить від двох моментів: потреби і можливості для його ведення. Ведення ОСГ у радянські часи було переважно додатковим джерелом прибутку, головним чином забезпечуючи потреби домогосподарства. За даними Всесоюзного перепису населення 1962 р. у ведення ОСГ були задіяні здебільшого літні люди. Як основна форма зайнятості серед працездатного населення, ОСГ в 1962 році була характерною для 7,4% працездатного сільського населення, серед яких 96% становили жінки, найчастіше в багатодітних родинах. Із кінця 1990-х і до середини 2000-х років ведення особистого підсобного господарства давало селянам можливість підтягувати рівень сукупних доходів до рівня доходів мешканців міста. На думку економістів, відносна стабілізація

економічної ситуації в селі, яка відбулася на початку 2000-х років, багато в чому пов'язувалася з високою зайнятістю в ОСГ, що є характерною складовою сільського споробу життя. У дослідженнях українських економістів 2001–2005 рр. фіксувалися явища зростання обсягів ринкового виробництва в межах ОСГ, їхньої спеціалізації на виробництві та продажу конкретної продукції [Маликова, 2006]. Хоча обсяги виробництва й реалізації продукції ОСГ повільно скорочуються, поступаючись місцем аграрному виробництву, внесок ОСГ у загальні обсяги виробництва сільськогосподарської продукції становить нині близько 41% [Сільське господарство України 2016, 2017]. Для багатьох сільських мешканців практика реалізації залишків сільськогосподарської продукції є звичною комбінацією з іншими формами зайнятості.

Обговорення ФГД показали, що ведення ОСГ лише для забезпечення власних потреб є типовою практикою для пенсіонерів і жінок-домогосподарок у селах Терпіння та Мирне. Вони, за висловом фермера, *«обробляють лише свій городик»*, і вони ж єдині, хто тримають зараз корів у селі на молоко. Решта сільських мешканців, які працюють на землі, провели дрібну моторизацію у власних ОСГ і намагаються бути більш орієнтованими саме на товарне виробництво.

У 1963 р. мешканці села Терпіння, відповідаючи на запитання *«За яких умов Ви могли б відмовитися від ведення особистого господарства?»*, вказували на дві умови: зростання доходів і поліпшення забезпечення села товарами народного вжитку. Важливо розуміти, що в 1960-х роках товарообіг на селі був утричі меншим від міського, споживання було об'єктивно ускладнене через дефіцит ряду категорій товарів. Дані радянського періоду також свідчать, що в сільській місцевості середні розміри вкладів в ощадкаси зростали швидше, аніж у місті, що пояснювалося зниженням товарних запасів у цілому по країні. *«В багатьох сільських районах з кожних 100 карбованців, що були видані з кас банків, поверталися за місцем видачі 50–70 карбованців»* [Денежное обращение в СССР в 1986–1991 годах, 2011, с. 35]. Тобто, склалася ситуація, коли сільський мешканець був змушений накопичувати ресурси споживання, не маючи простору споживання для реалізації потреб.

Для кейсів обраних сіл у 2014 і 2017 роках проблеми нестачі товарів не виявлено ні на спонтанному рівні, ні після уточнювальних запитань модератора. Респонденти не мають проблем із дефіцитом необхідних товарів «все є, були б гроші». Також більшість респондентів зізнаються, що якщо і заробляють від реалізації, то не роблять накопичень, а вкладають усе в дрібну мототехніку або закупівлю посівних матеріалів і добрив. На запитання «Куди би Ви витратили вільні кошти?» спонтанно називають у першу чергу ремонт будинків і навчання дітей, в останню чергу – відпочинок у санаторії.

Споживання як глибокий, інтенсивний процес вибору, організації та регулярного оновлення побутових речей, в який включений кожен член суспільства – це сучасний феномен, характерний для суспільства достатку. Таке суспільство обертається навколо необмеженого споживання, і споживання тут не вичерпується простим практичним застосуванням речей (яке має місце завжди і всюди) або функцією речей бути ознаками багатства, престижу. Уже сама специфіка соціалістичного економічного устрою з його широким дефіцитом товарів, неспроможністю вільно купувати бажане в межах наявного ресурсу формувала уніфікацію стилю споживання, що дає підстави розглядати радянське споживання, радше як показник рівня і якості життя, а не як показник стилю життя.

Цікавим є і розгляд культурно-побутових умов і культурних проявів способу життя залежно від рівня матеріальних статків і кваліфікації мешканців села Терпіння в дослідженні 1963 року. Дослідники зізнаються, що вивчали побут і культуру «в першу чергу по речах... і перше, що впадає в око в селі – це будинок, це як візитівка, яка виставлена назовні. У старі часі по покрівлі даху можна було визначити будинок старости або священника» [Арутюнян, 1968, с. 67].

Починаючи з 1953 року в селі спостерігаються високі темпи будівництва нових будинків, більше чверті всього жилого фонду села було побудовано в ті 10 років. Автор підкреслює, що типовий український будинок, навіть старої побудови, значно просторіший від типового російського. Маючи такий самий середній склад родини (3–4 особи), як і середньоросійське село, мешканці села Терпіння віддають перевагу трикімнатним будинкам, тоді як у середньоросійському селі переважають

однокімнатні будинки. Разом із тим трикімнатний будинок у селі Терпіння не є показником нового часу, але «звичка, яка вкорінена, тому і зараз ніхто не будує нових будинків гірших від попередніх» [Арутюнян, 1968. с. 67].

Загалом зазначимо, що презентація стилю життя через вигляд будинку і паркану є часткою сільського габітусу. Не випадково як характеристика матеріального стану в обговоренні прямо називалися паркани: *«Те, хто побогаче, у тех получше... еврозаборы»* (ж., Мирне, 2014). У селі Терпіння більшість приватних будинків є забудовою 60-х років ХХ ст., яка збереглася в доброму стані й активно оновлюється за рахунок ремонтів. Під час візуального спостереження за будинками в селі Терпіння в 2017 році нами виявлено такі ознаки нового часу: оновлення парканів (переважна більшість будинків у селі), заміна дерев'яних вікон на металопластикові (близько в половині будинків села); ремонт фасаду обшивкою сучасними матеріалами (близько чверті-третьої будинків); встановлення супутникових антен (близько третини будинків). Нових будинків котеджного типу в кілька поверхів у селі близько тридцяти, за відгуками селян це зазвичай будинки керівників агрофірм та кооперативу, великих фермерів, підприємців зі сфери торгівлі або представників влади. Як правило, такі котеджі розміщено не на центральних вулицях села, а ближче до полів, і в дизайні екстер'єру вони загалом відтворюють приміські котеджі.

Вивчаючи гігієнічні умови в 1963 році, облаштування будинків, радянські дослідники зафіксували в анкеті їхні ознаки як наявність ліжка, постільної білизни, окремого посуду, наявність квартирок і звички провітрювати приміщення. Під час фокус-групових дискусій 2014 і 2017 років ми зондували питання про наявність газу, холодної і гарячої води, туалету й ванної кімнати в домі. Відповіді респондентів кількох ФГД, звичайно, не можуть стати основою для опису сучасного рівня забезпеченості сільських мешканців, однак загалом свідчать про суттєве поліпшення умов проживання: у переважної більшості респондентів зафіксовано наявність гарячої води (з колонки або бойлера) і туалету в будинку. Водночас на момент проведення дослідження у 2014 році жителі Мирного зазначали, що порівняно з радянськими часами ситуація з інфраструктурним забезпеченням погіршилася: *«Если бы, как в советское время – котельная была, баня была, ремонтировали дороги –*

можно было бы здесь жить, а сейчас этого ничего нет, денег нет» (ч., 2014, Мирне).
 Забезпечення функціонування елементів інфраструктури падає виключно на самих мешканців: *«Все эти электрощиты, подъездные щитки, лет пятнадцать как следует не ремонтируются. Каждый жилец, если приспичило ему, кого-то находит»* (ч., 2014, Мирне). Це підживлює атмосферу невпевненості: *«Постоянно, как на гранате живешь. Сегодня прожил – спокойно, а что завтра будет? Газа не будет, от электроэнергии отключат, с водой перебои...»* (ч., 2014, Мирне).

Натомість виникають нові маркери «прогресивного облаштування», наприклад, замість бані з'являється сауна, хай її і називають «мініатюрною», і констатують, що *«швидше за все, це виняток – туди йти»*, сам факт її появи символізує зближення з міським стилем життя. Це новий формат проведення дозвілля – місце, де може зібратися компанія.

Окрему увагу було приділено в радянському дослідженні фіксації поширеності предметів культурно-побутового призначення, книжок і газет у домогосподарствах. В анкеті було зафіксовано ознаки «прогресивного облаштування оселі», які визначалися ступенем поширення міських меблів, на противагу, наприклад, лавкам і скриням – шаф, диванів, буфетів, етажерок. Стосовно предметів культурно-побутового призначення, за ступенем поширення зафіксовано такий набір: швейна машинка, годинник ручний, радіоприймач, програвач (патефон), музичні інструменти, мотоцикл.

У наш час стандарти стилю життя характеризуються іншими «знаковими предметами», до яких відносять: метраж помешкання, автомобіль не старше 5 років, телевізор із великою діагоналлю, цифрову фотокамеру, цифровий фотоапарат, меблі з вбудованою побутовою технікою, посудомийну машину, спортивний тренажер, шафи-купе, золоті речі (золотий годинник, золоті прикраси тощо), персональний комп'ютер чи ноутбук, мобільний телефон, смартфон, цифрову відеокамеру, добровільну страховку, кредитну картку, доступ до мережі Інтернет, кабельне чи супутникове телебачення, здобуття вищої освіти, туристичну путівку в межах країни (відпочинок), туристичну путівку за кордон (відпочинок) тощо [Резнік, 2014].

Останніми роками в Україні ведуться статистичні спостереження, завдяки яким можна порівняти наявність певних «знакових предметів», які позначають стиль життя у міського і сільського населення [Наявність у домогосподарствах товарів тривалого користування, 2019].

Як бачимо з рис. 3.1, суттєві відмінності стосуються насамперед наявності сучасних електронних пристроїв (персональних комп'ютерів, ноутбуків, планшетів, відеотехніки), мобільні телефони наразі поширено майже однаково, несуттєвим є й володіння автомобілями, дуже поширене на селі та супутникове телебачення. І хоча нам невідомо, наскільки різняться вказані товари тривалого користування за якістю, сам факт їх наявності свідчить про те, що обмеження у придбанні товарів, пов'язані з проживанням у сільській місцевості, поступово нівелюються.

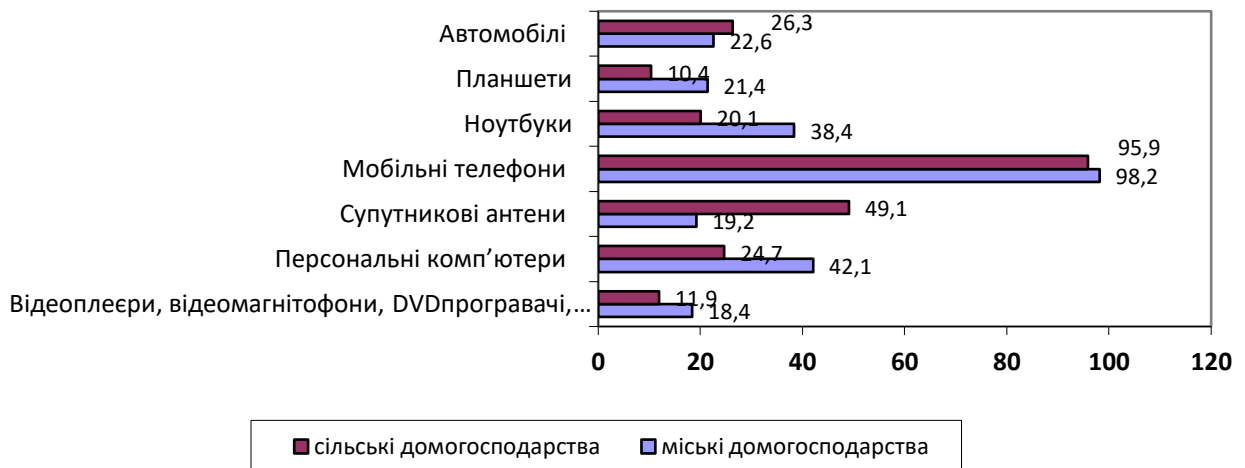


Рис. 3.1. Розподіл міських і сільських домогосподарств за наявністю товарів тривалого користування, 2018, %

Водночас дані Держкомстату за 2017 рік показують, що селяни дещо відрізняються у своїх споживчих пріоритетах від жителів міст. Частка домогосподарств, які повідомили, що зі значним збільшенням доходів вони спрямували б додаткові кошти передусім на придбання побутової техніки, в міських поселеннях становила 26,7%, а в сільській місцевості – 36,5%. Натомість на відпочинок спрямували б додаткові кошти 61,9% домогосподарств із міських поселень і лише 41,5% у сільській місцевості. Водночас там, де йдеться про задоволення базових потреб або предмети розкоші, суттєвих відмінностей наразі немає. Наприклад, на їжу спрямували б додаткові доходи 23,2% домогосподарств у

міських поселеннях і 26,1% – у сільській місцевості, а на автомобіль, відповідно, 16,1% домогосподарств у містах і 13% у селі [Самооцінка домогосподарствами України рівня своїх доходів, 2018].

У ході ФГД також окремо обговорювалася кількість телевізорів і тип підключення, наявність комп'ютера, гаджетів, доступ до Інтернету і тип підключення, зондували наявність сучасної побутової техніки і прагнення щодо її оновлення (холодильник, пральна машина, мікрохвильова піч, мультиварка) тощо. Виявилось, що товари активно замовляють за каталогами і навіть за рекламою, що мешканці сіл отримують її на мобільні телефони. При цьому респонденти налаштовані на придбання сучасної побутової техніки і мають про неї повне уявлення. Характерна в цьому сенсі репліка чоловіка, який зауважив, що *«не люблю ці мультиварки, краще у своїй мікрохвильовці зроблю їжу»* (ч., 2014, Мирне).

Загальні відгуки і настрої учасників ФГД свідчать про задоволення й гордість від наявності більшості товарів тривалого користування та орієнтацію на подальше оновлення техніки й гаджетів. Найбільш забезпечені респонденти впевнено демонстрували на групах споживчі орієнтації на розширення переліку товарів і послуг, зростання частоти оновлення товарів та зниження орієнтації на продовження терміну користування (замість ремонту – купівля нового).

На прикладах сіл Мирне і Терпіння ми зробили спробу простежити, як розгортався радянський стиль сільського споживання і які з його ознак зазнали найбільшої трансформації. Узагальнюючи отримані в цих дослідженнях дані, можна зробити певні висновки про стильові особливості сільського споживання. Якщо звернутися до запропонованої нами типології стилів споживання сільських мешканців, яка включає нерозвинений, дефіцитарний, розвинений та насичений типи, можна констатувати, по-перше, що в радянський період превалювала дефіцитарність у споживанні, через що характерною ознакою споживання сільських мешканців був моностилізм. Натомість, у перехідний період споживчий вибір дедалі більше диференціювався в межах села. У сучасному селі розвивається палітра «хочу», якої не було за традиційної моделі радянського села, тобто в сільському споживанні виникає те, чого не було раніше, – полістилізм.

Друга зміна відбулася за критерієм «можу»: доступ до товарів і послуг наразі обмежений переважно фінансовим ресурсом, який має сільський мешканець, але не дефіцитним доступом до товарів і послуг. У сучасний період обраний стиль споживання сільського мешканця стає типовим споживчим вибором «хочу» в межах можливого «можу».

Через те, що структура витрат залишається ключовим показником способу життя, але не стилю споживання, подальше розгортання дослідження стилів споживання сільських мешканців пов'язане із зануренням у практики. Тому наступні кроки в реалізації завдань дослідження вбачаємо у завданні перейти від узагальнювальних типізацій сільського стилю споживання до спроби верифікації на основі емпіричних даних із ширших кейсів сучасних українських сіл.

3.3. Чинники, що визначають специфіку сільського споживання

3.3.1. Ресурси сільської спільноти

Для опису сільського способу життя в досліджуваних селах було використано групу показників, таких як специфіка транспортного сполучення, функціональне значення населеного пункту, кількість мешканців тощо, що загалом дає можливість зрозуміти ресурси сільської спільноти і можливості для задоволення потреб у споживанні. Повна картина, що характеризує досліджувані села на основі статистичних даних, наведена в Додатку 1. Нижче ми дамо коротку характеристику окремих кейсів, що описують різну конфігурацію ресурсів, використовуючи оцінки самих мешканців, які звучали в обговоренні. Кейси підібрані так, щоб репрезентувати окремо групу великих і малих сіл.

Почнемо з кейсів, які ми умовно позначили як «перспективні села».

Отже, перший кейс – велике центральне село **Старий Лисець**, в якому проживає трохи більше 4000 мешканців. Розташоване на відстані 11 км від обласного центру, з яким встановлено регулярне транспортне сполучення. *«Сполучення дуже гарне. Щопівгодини автобус»*. Додатково з травня по жовтень організоване автобусне сполучення з обласним центром для дачників. Водночас село в екологічно чистій зоні, бо стоїть не на трасі: *«...в нас ні фури, нічого не їздить»*.

Мешканці можуть задовольняти більшість потреб у межах села. За радянських часів у селі був колгосп-мільйонер. Закладена в ті часи інфраструктура (газ, асфальт, будинок культури) збережена і розвивається. *«Дуже розвинута інфраструктура», «...дуже прекрасно змінилося село».* У селі є одинадцять магазинів, пожежна частина, швидка допомога, аптека, перукарня, освітлення *«ми кажемо, що потребуємо прожектора, щоб світили»*, вивезення сміття. У перспективі – відкриття амбулаторії: *«...хотять, щоб амбулаторію відкрили, бо дуже велике населення».* Житловий фонд у гарному стані. *«Окультурилося село. Дуже. От навіть рік-два. Зараз кожен старається там щось підробити, там щось докупити, оббити».* *«Один на другого дивляться. Точно таке собі роблять».* Важливим ресурсом є активна діяльність місцевого голови в організації сільського життя: *«Він шукає людей, які спонсують».*

Є й активно працює великий будинок культури: *«...в нас постійно конференції», «весь час концерти проводять».* Свято села святкується щороку: *«...а торт який! Мама дорогая! Півтора села можуть їсти!»*

Сільськогосподарський ресурс для мешканців села невеликий, неродючі ґрунти ускладнюють ведення ОСГ. Мешканці не можуть забезпечувати себе у повному обсязі городиною, фруктами чи ягодами. *«В нас не є чорнозем, в нас важка земля. Пісчана».* *«Садимо, обробляємо, трудимся, а осінь приходить, а результату нуль».* На відміну від навколишніх сіл, мешканці Старого Лисця нічого не вирощують на продаж. *«В нашому селі з землі практично ніхто не живе. Якщо собі стає, то на продаж ніхто не має».* Здача паїв в оренду також не приносить значних доходів. *«Земля пустує».* *«Наша земля вже поросла деревами. В нас вже ліс скоро буде. Будем дерева продавати».*

Основне джерело доходів з початку 1990-х – праця заробітчан. *«На заробітки їздять. В нас половина села виїжджає за границю».* Практикують як тривале, так і сезонне заробітчанство. *«Людина бере собі відпустку на постійній роботі і від їжджає, недалеко».* *«Польща. На ягоди чи на малину».*

Загальна оцінка мешканців оптимістична: *«В нас село таке класне, що лише і жити».* Попри поширену практику заробітчанства село не втрачає населення, а навіть зростає: *«Мало тікають, до нас приїжджають».*

До перспективних можна віднести і кейс села **Олександрівка** (велике село, кущовий центр), в якому проживає понад 6000 людей. Розташоване село за 15 км від райцентру. Сполучення регулярне: *«В Вознесенск рейсовый автобус каждые 40 минут»*. Поруч залізнична станція Олександрівка, оновлена траса до обласних центрів. Хороше транспортне сполучення сприяє збільшенню населення: *«...до нас все из всех сёл тянутся», «тут не только трасса, тут и железная дорога»*.

Інфраструктура достатньо розвинена, є власне комунальне підприємство, що експлуатує водогінно-каналізаційну мережу й вивозить сміття: *«У нас и газ и вода, все более-менее есть»*. У селі працює лікарня, будинок культури (газифікований), школа, три дитячі садки, є музична школа, стадіон.

На відміну від попереднього кейсу сільськогосподарський ресурс великий. Мешканці переважно мають ОСГ і спеціалізуються на вирощуванні овочів та фруктів. Вирощують *«...всё кроме лимонов, апельсинов, мандарин»*. Таке виробництво є основним приблизно у половини мешканців села: *«Кто массово выращивает, те оптом сдают. Тоннами сдают»*. На території селищної ради працюють промислові та сільськогосподарські підприємства: граніти та піщані кар'єри, комбінат хлібопродуктів «Кернела» тощо. Це дає можливість обирати різні заняття: *«Кто-то фермерством занимается, поля держат, зерно выращивают, кто-то скот выращивает, кто-то на предприятиях, кто-то машины ремонтирует, кто-то предоставляет какие-то услуги, кто-то магазины, кафе содержит»*. Поширеною є й трудова міграція (*«на заработки многие ездят», «у нас с каждым днём увеличиваются те, кто выезжает»*).

Очевидно, що село має ресурси для динамічного розвитку, оскільки забезпечує різноманітні можливості як для працевлаштування на підприємствах, так і для ефективного ведення сільського господарства.

До цієї ж групи можна віднести і село **Терпіння** (велике центральне село), кейс якого вже описаний вище, а також наведений у Додатку 1.

Крім кейсів «перспективних» великих сіл, ми виділяємо і кейс «проблемних». Розглянемо їх на прикладі кейсу села **Довбиш** (велике центральне село), де проживає більше 4500 мешканців. Село розташоване на відстані 65 км від обласного центру.

Від автостанції Довбиша курсують автобуси до Житомира, Новограда-Волинського і Бердичева та до кількох райцентрів. Час у дорозі до Житомира *«години півтори. Дивлячись, який автобус, який транспорт. Маршрутка скоріше, а автобус – довше»*.

У селі є школа, дитсадок, працює психоневрологічний інтернат і допоміжна школа-інтернат, є будинок культури, бібліотека. У разі проблем зі здоров'ям мешканці можуть звернутися до Центру первинної медико-санітарної допомоги. У селі працює аптека. Одним із проблемних питань комунальної сфери є стан доріг та вуличне освітлення.

Сільськогосподарський ресурс незначний, ґрунти малородючі: *«Почва така, що не росте. І тільки шкода своєї праці»*. На території лише одне фермерське господарство, яке спеціалізується на вирощуванні великої рогатої худоби і сільськогосподарських культур. Ведення ОСГ – розвинена практика, проте вирощують переважно для себе: *«Вдарились у сільське господарство, бо купівельної спроможності у людей менше»*.

Можливості працевлаштування не дуже широкі. Мешканці можуть працювати у лісництвах, на автотранспортному підприємстві, на хлібозаводі. Головним бюджетоутворювальним підприємством залишається порцеляновий завод, але чисельність працівників скоротилася до 50 осіб і підприємство скоріше жевріє: *«А так, як у нас завод? По півроку не платять!»* Обмежені можливості щодо поліпшення матеріального становища: *«Немає зараз куди йти, справа в тому. Зараз дуже обмежено»*. Як наслідок, спостерігається не просто трудова міграція, а остаточний від'їзд із села молоді: *«Більшість їде звідси, все ж таки, з мого класу відсотків 70»*.

Утім загальна оцінка села все ж таки не є відверто негативною, особливо порівняно з іншими навколишніми селами: *«Ну, це ж не таке забите селище. Все ж таки, у минулому районний центр. Це зараз немає. Але все ж таки, школа нормальна є, садок є. Якись організації. Ну хай щось там ще дише. Все одно, сфера обслуговування так само є, що там казати»*.

До проблемних ми віднесли і кейс **села Мирне** (велике село, кущовий центр)¹⁰. Спеціально побудоване в середині минулого століття селище одразу планувалося як

¹⁰ Детально кейс проаналізований у підрозділі 3.2.

осередок для жителів промислових підприємств, які будували неподалік. Наразі в селі проживає понад 3000 мешканців. Добре збережена інфраструктура. Власна котельня, водопровід, вода, видобута з трьох артезіанських свердловин. Чистоту на вулицях села підтримує власне комунальне підприємство. Амбулаторія, школа, дитячий садок. Будинок культури з опаленням. Як влучно схарактеризували село в обговоренні: *«...этот город очень миниатюрен: всего есть по чуть-чуть».*

Тут в принципі є і сільгоспресурс, і інші виробництва. Навіть з'являються нові можливості для працевлаштування саме в селі: *«Многие работают здесь, и многие предприятия предпочитают, чтобы население было мирненское, наше. Пример – типография. Они как раз переехали из Мелитополя сюда, в наш регион».* Проте ці можливості явно не розцінюються як надто перспективні, бо село втрачає трудові ресурси: *«...молодежь, вся в городе».*

На відміну від великих малі села належать, як правило, до «проблемних». Причому проблеми ці мають подібний характер. Розглянемо кейс села **Дубина** (середнє пересічне село), де проживає 672 особи. Хоча село вдало розташоване – поруч проходить залізниця, станція Нові Санжари за 1,5 км від села, користуватися транспортом незручно. Наприклад, до Нових Санжар ходить автобус, але його розклад такий, що його складно використати для постійних поїздок на роботу. От як описує одна з учасниць свій графік: *«Як в мене в 3 часа автобус, на 5 – на роботу. Їду в 3, заходжу до батьків в Санжарах. Там побула півчаса, йду на роботу. Утром тоже, до 8-ми працюю, і в 11 вдома, вже пів дня пройшло».* А вчитель розповідає, що на роботу їде в учнівському автобусі, *«а з роботи так получается, що в мене немає автобуса. То я так, або через луг подорожую, хвилин 40, або поки село обійду, з одного в друге село дійду, то якраз і получается, година в дорозі».* Крім того обмежують можливості мобільності і незначні доходи. Проблема не в тому, як доїхати до обласного центру, а в тому, щоб мати на це гроші: *«Треба ж їхати, і треба на автобус 30-ку отдать. Це дорого».*

Інфраструктура села звичайна. Є газ, світло, вода. У селі є загальноосвітня школа I–II ступенів і дитячий садок. Головна сфера зайнятості – сільське господарство. Спеціалізація – кукурудза, соняшник, соя. Є великі

сільськогосподарські підприємства, є невелике фермерство, яке використовує можливості співпраці: *«Я взагалі користуюсь даже їхніми послугами, нанімаю, йду в контору, виписую сівалку чи комбайна вони мені дають там, зібрать мені врожай»*. Фактично інших можливостей, ніж працювати на землі, у мешканців таких сіл немає. Вони стають або фермерами, або найманими сільгосппрацівниками, або в особистому приватному господарстві ведуть спеціалізоване виробництво: *«Просто роботи другої не маєш і думаєш – а в мене є земля, а давай із тієї землі що-небудь якое. Можна малиною засадити»*. Єдиним можливим варіантом, крім сільгоспвиробництва, залишається трудова міграція: *«Вся оця молодь, від 30-ти до 40, всі чогось масово почали їздити на Польщу. Повертаються. На місяць, на два, потім знову їдуть»*.

Аналогічні проблеми і в селі **Ключівка** (мале село, хутір), де мешкає 451 особа. Залізнична станція поруч дає можливість їздити працювати до обласного центру. Але мобільність тут має і характер пересування між селами. У ході ФГД ми неодноразово чули, що поширеною практикою є праця у сусідніх селах. Так відбувається і в Ключівці. Маленькі села, як не дивно, самі стають можливими осередками для працевлаштування, бо, якщо там залишилися самі пенсіонери, а робота є, туди *«хлопці такі молоді їдуть ... Він працює трактористом, але він працює в іншому селі. Так само наші робочі руки із села, вони працюють в Полтаві. І тепловози ремонтні, і депо. Стиль життя такий, що тут треба виробляти на 50%, а кудись треба поїхати заробляти»*.

Так само бачимо, що праця на землі є важливим елементом життя селянина, *«саме село передбачає, якщо людина активна сама по собі, то вона буде тримати домашнє господарство»*. З іншого боку, як ми вже бачили, проблемою є гальмування розвитку фермерства: *«Той, хто прийде і скаже: “Я хочу бути завтра фермером” – ніколи їм не буде, бо держава не хоче. Якби вона створила такі умови реєстрації, як у Польщі, що пішов у сільську раду і достатньо п'ятнадцяти хвилин, щоб зареєструватися як фермер, то половина тих людей, в яких працюють люди, вони б легалізували б це»*. Загалом учасники в ході обговорення підтримали думку, що *«Чим*

дали село від цивілізації, там фактично воно живе за рахунок сільського господарства».

Проблемність зростає мірою зменшення населення. Якщо розглянути кейс села **Ставок** (мале село, хутір) з населенням всього 247 осіб, бачимо насамперед ту саму транспортну проблему. До найближчого міста Носівка 10 км, до найближчої зупинки електрички у селі Дослідне 2 км: *«Встаєм в 3 часа ночі (або в пів третього), біжимо на електричку»*. Складніше тут і з інфраструктурою. Наприклад, будь-який збій з електропостачанням практично блокує всі інші важливі елементи життєзабезпечення. От як описує таку ситуацію одна з респонденток: *«От, наприклад, сьогодні був у нас перепад у Ставку, сутки не було світла. Я приїхала вчора ночью – не можу не помитися, не можу нічого. Темная ночь. І хоча в нас є бензостанція, ми її тільки зранку можемо підключити. Це раз. По-друге, то все ж воно до електрики працює... І та сама скважина, і та сама вода, і газ...»*.

Робота на землі є пріоритетною для мешканців. Особисті підсобні господарства поширені й орієнтуються на самозабезпечення: *«На 80% забезпечуємо сім'ю овочами і фруктами самі»*. Проте, попри сприятливі умови для вирощування сільгосппродукції, розвиток фермерства гальмують проблеми зі збутом вирощеного: *«А далі що мені робити з капустою? Вивезти на базар? Ну це ж теж не реально. Поквасити – теж ні. Куди її діти? У нас немає нічого... Раніше було проще: ті здаєш у заготконтору, вона дає тобі кошти – ти далі щось плануєш»*. Відповідно головним способом заробітку стає робота поза населеним пунктом. *«На даний момент, в основном, всі в Київ виїжджають... Надо заробляти гроші. Дома – сільське господарство. Щоб хватало на продукти»*.

При цьому село все ж таки не вважається повністю безперспективним на тлі порівняння із сусідніми селами, які розміщені ще далі від транспортних шляхів. *«У селі нема людей. Ну молоді залишилося, ну 10%. Так це село ще вважається не зовсім таким, що деградірувало... А от візьміть ті, що далі від залізної дороги... Там же взагалі. Ну що робити у селі?»¹¹*

¹¹ Приклад повного опису кейсу села на прикладі села Яблунівка на основі проведеної у червні 2021 року ФГД див. у Додатку 2.

Підсумовуючи наш короткий опис кейсів, зазначимо, що на основі виокремлених нами в теоретичній частині дослідження показників для опису сільського способу життя ми побачили як наявність чи відсутність тих чи інших ресурсів визначає спосіб життя сільських спільнот. Одним з головних висновків цього аналізу є те, що в будь-яких умовах, незважаючи на те, йдеться про великі чи малі, про віддалені чи наближені села, робота на землі залишається практично обов'язковою складовою способу життя людей, які живуть у селі. А отже, ми можемо підтвердити нашу гіпотезу щодо існування особливого габітусу, який детермінує практики життєдіяльності селян.

3.3.2. Ресурси селян: трудові практики та джерела доходів

Ми вже неодноразово зверталися вище до особливостей форм трудової поведінки, в яких задіяні селяни, оскільки з феноменологічної точки зору повсякденність – це особливий світ, який формується на основі практичного досвіду. Сільська повсякденність в усіх своїх проявах, в тому числі і щодо процесу споживання прямо пов'язана з працею.

Звернення до результатів обговорень на ФГД мають певним чином доповнити ті відомості, які ми можемо отримати на основі аналізу статистик і матеріалів кількісних соціологічних досліджень. Зокрема, якщо подивитися на дані моніторингу Інституту соціології за 2019 рік, то з відповідей мешканців села на запитання про джерела доходів сім'ї дізнаємося, що продукцію, вироблену в особистому підсобному господарстві називають як джерело доходів 22,5%, а доходи від продажу продукції, виробленої в особистому підсобному господарстві, отримують лише 10,4% (відповіли на це запитання лише 63% опитаних). Отримання доходів від здавання в оренду власності зазначило в своїх відповідях лише 2,4% селян. При цьому володіння земельною ділянкою для ведення селянського (фермерського) господарства підтвердило 33,7% селян. З тих, які дали відповідь на це запитання (73% від загальної кількості опитаних), наявність земельної ділянки для ведення особистого підсобного господарства підтвердило 48%, а земельної ділянки для садівництва – 15%. Очевидно, що ці відповіді, м'яко кажучи, суперечать одна одній, бо видається, що ніхто із

власників земельних паїв не здає їх в оренду, і переважна більшість тих, хто має ОСГ, не вважає те, що вони отримали в ході власної праці на землі, доходами. Однак на ФГД з'ясовується, що власники паїв їх насправді здають орендарам, а споживання власноруч вирощеної продукції покриває потреби сімей майже до наступного врожаю.

Приблизно така ж картина і щодо відомостей про структуру й динаміку зайнятості сільського населення, що отримуються з форм статистичного обліку. Ці форми не надають достовірної інформації насамперед через складнощі на первинному етапі збору інформації. Під час бесід із головами й управлінцями сільських рад у досліджуваних селах звучали висловлювання, що збір інформації для цих форм статистичного обліку є формальним і додатково ускладнюється тим, що селяни всіляко уникають надавати відомості про трудових мігрантів у домогосподарстві, приховують додаткові джерела прибутків і комбінації форм зайнятості.

Під час дослідження нам часто траплялися респонденти, які описували себе, свою родину, як непрацевлаштовану, але в бесіді висловлювали розвинені навички споживання. У процесі дискусії з'ясовувалося, що, як правило, джерел доходів у таких респондентів кілька і всі вони пов'язані з багатоукладною сільською економікою. Це і заробітчанство, і ведення особистого підсобного господарства, обсяги якого забезпечують не лише потреби домогосподарства, але дають змогу реалізовувати надлишки на продаж, і виїзд на сезонні сільськогосподарські роботи, збиральництво, бджільництво тощо.

Додатковим прибутком є й земельні паї, розмір виплат за якими залежить від регіону й наявності великих сільськогосподарських підприємств – орендарів. На підтвердження наведемо деякі фрагменти дискусії.

По-перше, підтверджується наявність попиту на оренду і, як наслідок, можливість отримувати від паїв реальні доходи. *«Бывшие колхозники получили паи, вот они сдают их, или предприниматели эти паи у них приобретают, для выпуска сельхозпродукции. Долгосрочные отношения они выстраивают. Борются за каждый участок»* (ч., Мирне).

По-друге, виявляється, що доходи ці не малі і суттєво впливають на споживання. *«Приведу приклад Вам, я приїхав сюди вісім років назад, всі люди їздили на стареньких «Жигулях». Зараз ні в кого вже не побачите. Може директор школи має «Жигулі» і хтось ще там, а всі решта їздять на іномарках. Чому? Тому, що люди є власниками земельних паїв. І якщо вони навіть десь працюють, у них за рік завжди капає досить серйозна сума. У нас в основному беруть грошима, не продукцією. Але, це дуже велике підспір'я для тих людей, які живуть на селі. Дуже багато людей купили машини в кредит чи не кредит. Але ситуація по району змінилася, люди їздять на іномарках. Це є дуже показовим, за останні роки»* (ч., Ключівка).

По-третє, змінюється ставлення селян до форми отриманого доходу. У 1990-ті рр. і до початку 2000-х селяни надавали перевагу оплаті за паї «натурою» і кормами для худоби. Проте в останні роки дедалі частіше забирають грошима, бо саме в такий спосіб легше розпоряджатися доходами і скеровувати їх на потрібні речі. *«Розраховувалися і зерном і грошима раніше, а зараз тільки гроші. Як бажання є, зерно можна купити. Я пай получила – і зерна купила, і дров купила, ще і осталося. Краще грошима забрати, чим те зерно. А що того зерна – півтори тонни. Ну, що того зерна?»* (ж., Яблунівка).

Після прийняття Закону № 2178 про зняття мораторію на продаж сільськогосподарських земель було проведено ФГД з метою з'ясувати ставлення селян до нових можливостей. Обговорення викликало інтерес і жваву дискусію між тими, хто за продаж, і тими, хто проти.

Ставлення до продажу землі серед респондентів варіювалось. Найбільш негативно висловилися щодо зняття мораторію фермери з невеликими обсягами виробництва продукції. Їх лякає, що люди залишаться без землі, буде обман: *«Якщо він буде не прозорий чи примусовий, тіньові схеми якісь будуть, то це буде дуже негативно. Якщо не буде гарного правового забезпечення, справедливого, то вийде негативно для всіх»* (ч., Яблунівка). Цікаво, що всі троє респондентів, які висловили таку точку зору, виявляють бажання купити землю для себе.

Зупиняють цей намір два бар'єри. Перший – ризик потенційних податків на володіння: *«Вони ж балакають, щоб ще податки ввести на земельні паї. Якщо вони*

ще введуть і приймуть цей закон, то, я думаю, більшість людей буде продавати. Податки платити дуже важко» (ч., Яблунівка). Другий бар'єр – відсутність всієї необхідної техніки для обробки: *«Буду купувати, може, якщо буде чим обробляти, моєї техніки там вже не вистачить»* (ч., Яблунівка).

Ті, хто скоріше схиляється на підтримку продажу, вважають, що йдеться про нормальний ринок, де немає примусовості для продавців і є вигода для покупців: *«Це добровільно, ніхто не заставить тебе продавати»* (ч., Яблунівка).

Решта респондентів не знають або не можуть сформулювати свою думку, але з цікавістю для себе слухали аргументи двох сторін і ділилися чутками про ціни: *«Мені здається, що і зараз нелегально фермери скупляють землю. За паї 100 тисяч гривень дають»* (ч., Яблунівка); *«Здається, то зараз 1000 гривень гектар»* (ж., Яблунівка).

У прогнозах того, скільки людей у селі будуть продавати, всі три підгрупи респондентів дійшли згоди: продаватимуть багато хто, але насамперед – «дачники»: *«Я думаю, загалом землю продаватимуть дачники, які унаслідували від батьків паї. Вони їх не будуть обробляти – це 100%. Вони їх будуть просто продавати»* (ж., Яблунівка). *«Хто в місті живе, воно їм не потрібно»* (ч., Яблунівка).

Загалом уся ситуація сприймається селянами саме під кутом зору потенційних доходів. Ті, хто хочуть придбати землю, щоб розширити виробництво, сподіваються на прибуток. Ті, хто не збирається обробляти паї, очікують на разовий дохід.

Багатоукладна сільська економіка і різноманітність трудових практик створюють варіативні форми пристосування селян і відкривають нові можливості проявити трудову активність та економічну самостійність і відповідальність в організації життя.

Зробимо короткий огляд і проілюструємо головні тенденції впливу цих форм зайнятості на спосіб життя і споживання [Лінцова, 2014с]. Варто попередньо уточнити, що інтенсивність залучення і масовість проявів конкретних форм трудової поведінки пов'язані насамперед з регіоном проживання і сільськогосподарською спеціалізацією села. За природно-економічними зонами в Україні виділяють три регіони, які відрізняються розвитком сільськогосподарського виробництва [Кобилінська, 2018]. У нашому дослідженні представлені села кожного з регіонів.

Почнемо із зайнятості в аграрному секторі – так званої «роботи на землі», як її найчастіше визначають селяни. *Робота за наймом в аграрному секторі*, на новостворених або реформованих сільськогосподарських підприємствах не стала масовою альтернативою для працевлаштування селян. Більше того, ця найбільш звична і зрозуміла для селян форма трудової діяльності майже повністю зникла за роки реформ, а разом з нею зникли і звичні практики життя.

Водночас цінність найманої праці в аграрній сфері для селянина залишається надзвичайно високою, адже саме тут робітник забезпечений офіційною заробітною платнею, соціальним пакетом і гарантованим доходом. Сучасні технології ведення сільського господарства, які використовують великі аграрні виробники, забезпечують високу продуктивність праці, тому в обробітку земель задіяна в десятки разів менша кількість спеціалістів, а от вимоги до них – вищі.

Розповідаючи про заробітну платню тракториста в сільськогосподарських підприємствах, учасники фокус-групових дискусій у Центрі називали цифру 50 тис. грн за сільськогосподарський сезон (4 місяці), а на Півдні – це близько 12 тисяч гривень у кожен сільськогосподарський місяць. На момент проведення ФГД це були достатньо високі доходи, які, проте, вимагали від працівника неабияких умінь і навичок. При цьому сама ситуація оновлення вимог до найманих працівників не викликає нарікань, необхідність відходу від радянських практик добре усвідомлюється: *«Оце Ваня прийшов на роботу, вже через 20 хвилин Ваня нікакой. Значить, цей Ваня не робитиме ні при якій владі, ні совєтській, ні зараз. Дай йому трактора, він його утопить або проп'є»* (ч., Дубина). *Натомість зараз заробіток має реально відповідати кваліфікації: «За сезон може заробити 50 тисяч. Якщо буде працювати, будуть і премії і все. Але не всі то можуть, тим більше трактор раніше був МТЗ простенький, можна було в школі вивчитися, на трактор сісти і поторохтіли, а от зараз техніка на комп'ютері на всьому треба міркувати. Дуже багато хто не може робити вже на самих тракторах як раніше було. Але якщо спеціаліст є, то за нього б'ються самі директора приватних фірм.»* (ч., Ключівка).

На заміну зайнятості в державному агросекторі прийшли нові практики економічної адаптації, з'явилися нові форми і зразки трудової поведінки. Однією з

таких форм є *організація фермерського господарства*. Це нова практика для сучасного селянства, яка поки що також не робить суттєвого внеску в структуру зайнятості сільського населення. На фокус-групах у кожному регіоні дослідження було представлено принаймні по одному фермеру або члену родини фермера. На Заході і в Центрі знайшлися й такі, хто обробляють великі земельні ділянки, проте офіційно не є фермерами. *«Якщо людина обробляє до двох гектарів землі, це називається ведення особистого підсобного господарства. Якщо вже більше двох гектарів – це вже фермерське господарство... Говорити про те, що ми будемо мати багато землі і всі станемо фермерами, не можна. Бо вже не стали. Землі вільної практично немає. Та розпайована, а інша, яка в запасі у сільській раді, та вже роздана фермерам. І в принципі, прийти і сказати, що я завтра хочу бути фермером, для цього, знову ж таки, треба прикласти голову»* (ч., Ключівка).

Як бачимо, фермерство розглядається як найбільш інноваційна форма діяльності, причому фермерами від початку ставали найактивніші і найкмітливіші: *«Хто щось думав, в голові щось було, той якогось тракторця тяг додому, чи машину, чи що-небудь. А хто не думав, той на металолом відвіз, і не досталась та машина та тракторець. Здав, просадив ті гроші, та на тому й кінчилось»* (ч., Дубина). Ця діяльність вимагає від власника ефективно використовувати ресурси і нести повну відповідальність за господарські, виробничі і фінансові результати діяльності: *«Той самий фермер, він не дивиться на годинник, він знає, що сьогодні треба сіяти. І доки він не посіє, ніхто ж не посіє. Це раніше було, ага ця зміна закінчилася, прийдуть змінники дороблять»* (ч., Ключівка).

Як правило, фермери належать до забезпеченої категорії сільських мешканців, мають техніку, орендують земельні ділянки, багато хто з них створює робочі місця для односельців, зазвичай для виконання сезонних робіт. *«Людина сама займається, і якщо вона ще надала робоче місце комусь, не будемо говорити про те, легальне воно чи нелегальне. Ви ж розумієте, що зайнятість населення – це велике діло»* (ч., Ключівка).

За результатами бесід з фермерами під час дискусій та з головами сільських рад під час інтерв'ю можна зробити припущення про особливий стиль фермерської

поведінки і споживчої зокрема. Більші статки, підприємливість, наявність особистого транспорту, сезонність доходів і витрат є основою для формування особливого фермерського стилю споживання, який розглядатиметься в параграфі 3.5.

Найбільш традиційний, звичний і поширений спосіб роботи на землі – це *ведення особистого підсобного господарства*, який ґрунтується на використанні ресурсів і трудового потенціалу сільських сімей. За радянського періоду прогнозувалося зникнення (або суттєве скорочення) даного виду трудових практик. Проте наразі сектор особистого підсобного господарства тільки зміцнився і поглинув основні трудові ресурси сільського населення, які вивільнилися в результаті розпаду колгоспної системи. За даними Державної служби статистики України та адміністративними даними державної служби зайнятості за 9 місяців 2020 р. 45% населення у сільській місцевості зайнято в неформальному секторі економіки [Ситуація на зареєстрованому ринку праці та діяльність Державної служби зайнятості, 2021].

Така зміна форм трудової зайнятості була найбільш зрозумілою для селян, адже, навіть працюючи в колгоспі, основні прибутки найчастіше отримували від ведення підсобного господарства, здачі м'яса в колгоспи, бджільництва тощо.

«Люди имели работу в колхозе, а колхоз за копейки выписывал им комбикорма. На них колхозник кормил свою свинью, и не одну – их несколько были, раз в несколько месяцев забивал... Или та же пасака. При Союзе это было жутко прибыльное дело. 4 рубля килограмм меда. Мы бидон в прицеп, отец подошел к кассе, 200 рублей получил, и поехал. Это зарплата за месяц в городе. Было выгодно этим заниматься. Полтонны сдали за год. Это сумма, люди себе машины покупали, на 24-х Волгах ездили пасечники» (ч., Ставок).

Для багатьох сільських мешканців практика реалізації залишків сільськогосподарської продукції є звичною комбінацією до інших форм зайнятості: *«Село ж майже кинули. Це так, рятуйся як хочеш»* (ж., Старий Лисець) і головним способом порятунку залишається особисте господарство: *«Рятуємся. Буває городи. Деякі відкривають бізнес»* (ч., Старий Лисець).

Зазначимо, що *особисте селянське господарство* насамперед орієнтоване на забезпечення власних потреб домогосподарства. Навіть ті селяни, члени домогосподарств яких отримують значно більші прибутки від інших форм діяльності, як правило, повністю забезпечують себе власноруч вирощеними овочами на зиму. Проте відбувається поступова зміна пріоритетів знову ж таки з орієнтацією на ринок. В умовах наявності різних джерел доходів сільська праця, особливо для тих, хто живе в селі, а працює не на землі, втрачає сенс як незамінний спосіб забезпечення себе власними продуктами. Її оцінюють раціонально через зіставлення видатків і зисків, і в такому контексті віддають перевагу варіанту *«заробляємо достатньо і купуємо все, що потрібно»*. Поки що це лише бажаний сценарій, але можна очікувати його поступового поширення: *«Все ж таки краще заробити кошти і купити все необхідне для сім'ї, ніж вкалувати. Бо воно теж не дешево обходиться. Це ще хто має паїв від батьків, то той може більше не постраждати від закупки продуктів для господарства... А хто не має цих паїв – це виходить набагато дорожче, ніж піти і купити це для своєї сім'ї та своїх потреб. Тому все ж таки я наполягаю на тому, що краще заробити достойну зарплату і мати можливість заробити її для своїх нужд. Але на 80% забезпечуємо сім'ю овочами і фруктами самі»* (ж., Ставок).

Такого роду трансформації ґрунтуються в тому числі і на ставленні до ведення ОСГ молоді. Серед учасників груп молодшого віку практично не було тих, хто тримає птицю або свиней, це вимагає великих часових затрат і обмежує пересування, тому ця практика зазвичай характерна для представників тих домогосподарств, де є люди старшого віку: *«Молодші не приймають вже. Треба багато сили обробляти город. Техніки нема, це треба все обробити, а для чого?»* (ж., Старий Лисець). Молодь взагалі характеризується як практична та прагматична: *«Молодое поколение – они более мыслят практично. Потому, для них вот сегодня, завтра, прогрессивно, быстро, они более коммуникабельные, мобильные такие, динамичные»* (ж., Терпіння).

Якщо городи обробляють майже всі, то худобу більшість не тримає, бо не вигідно (*«треба ж сіно скосити, висушити, заготовити. І біля неї ж треба. Як нагодуєш скотину, так і молоко получиш»*) (ж., Дубина) і немає потреби (*«якщо у мене*

немає корови і мені потрібно молоко, то я їду і вирішую це питання» (ч., Ключівка). Проте для частини селян з невеликими доходами тримати худобу все ще необхідно: *«Не буде своєї худоби, не зможеш і жити. А якщо є поросля, кури, корова, жити веселіше. Корова ціниться. Молочні продукти ціняться. Поросля, кури, утки – таке треба тримати, тому що грошей ні на що не вистачить»* (ж., Яблунівка).

В усіх селах зазначають, що значно зменшилась череда, корів у підсобних господарствах стає дедалі менше. Більш прибутковою стратегією називають продаж молока всередині села, коли «сусіди розбирають», аніж орієнтацію на продаж молока за закупівельними цінами. *«Майже 130 корів було, а зараз ну 40. І сусід каже: “продай молоко”. Моя мама возила на базар, тепер уже не возить. “Продай мені”, от так і в мене маленька дитина. І нема що відмовити, бо то є дитина маленька. Бо як відмовиш, дитині треба. А так до хати принесуть і знають, що корова чистенька. Зараз на базарі не можеш якісне купити»* (ж., Старий Лисець).

Отже, утримання худоби поступово перетворюється на спеціалізовану господарчу діяльність, яка крім задоволення власних потреб зорієнтована і на внутрішній попит: *«До мене приходять додому, у мене є корова, я ж не можу всього молока випити, отже купують у мене. Це самі звичайні грошові відносини. Ви прийшли і знаєте, що там така корова як слід, там буде жирне хороше молоко, його ніхто ні чим бадяжити не буде. І от ми прийшли, положили свої 4 чи 5 гривень, забрали банку молока і пішли. Так само з яйцями, сметаною, сиром»* (ч., Ключівка).

Хоча особисте приватне господарство дає значний дохід в натуральній формі, перевести цей дохід у гроші доволі складно. Учасники груп зізнаються, що самостійний продаж виробленого в особистих селянських господарствах стає дедалі рідшим явищем, яке пов'язане з ризиками, часовими та транспортними витратами і головне – з необхідністю «домовлятися» про місце торгівлі. Сьогодні реалізація сільськогосподарської продукції, виробленої в сільських господарствах, здійснюється частіше через торгових агентів, аніж через самостійний продаж на ринках: *«Худобу зараз не вигідно тримати на продаж, як раніше. Зараз тримають лиш для себе. Бо щоб займатися такою от діяльністю і щоб продавати – в нас є окремі люди. От дивіться, ми продали того року бичка. 120 кілограм, рахуй чистої*

ваги 85. От він нам дає по 13 гривень, а продає по 28 гривень на базарі. А якщо ми б зарізали бичка та вивезли на базар, то ми його не продамо, бо нам не дозволять. Бо нам треба дозволи, погодження. Нам вигідніше здати його по 13 гривень» (ж., Старий Лисець).

Загалом робота в особистому підсобному господарстві все ще є системоутвірною практикою сільського життя, але поступово її значення переглядається. Для частини селян вона залишається одним з головних джерел доходу і фактично забезпечує виживання родин, для інших стає джерелом додаткових прибутків, а для деякого і взагалі втрачає значення як потенційного джерела доходів. Утім люди все одно продовжують щось вирощувати на землі, наприклад розводять квіти, розглядаючи це не як необхідність, а як хобі.

Ще один вид трудової активності селян – це **збиральництво** (збір лісових ягід, грибів, лікарських рослин) з метою продажу. Реалізацією займаються як торгові агенти-закупівельники, так і селяни, які реалізують товар у містах і на трасах. У гарний урожайний сезон доходи від цієї трудової діяльності дають селянам можливість накопичити грошей, щоб протриматися весь рік. На Заході і Півдні цю діяльність респонденти називали дуже важливим джерелом доходів: *«В нас всі, хто можуть, ті збирають гриби, ягоди. Оце всі їдуть сім'ями і на 200–300 на день – легенько назбирати. Це я кажу легенько, в мене навіть невістка добре збирає. Ну, відро це є 100 із лишнім гривень. Скільки там кілограмів? Вона прийшла в час чи дві години збрала. Йде із чоловіком чи сином – то це більше. Звісно, за ці ягоди та гриби сім'ї живуть. А як чоловік і жінка не працюють? Ну не роблять, скоротили! Все, оці гриби і ягоди. І оцей бізнес, будемо так казати. Так, живуть з цього є такі сім'ї» (ж., Довбиш).*

Сезонні сільськогосподарські роботи мають значну географічну специфіку; різняться за значимістю, ступенем впливу, поширеністю в конкретній сільській місцевості, проте всюди суттєво впливають на доходи селян. Зокрема Мелітопольському районі учасники зазначали значний вплив збору черешні на доходи сільських мешканців: *«Обычный человек будет ее по месту продавать, а те,*

кто проезжает фурами – те вывозят. И в Москву и дальше... Самые плотные сорта везут на север» (ч., Мирне).

Під час груп на Заході і Півночі часто говорили, що виїжджають на **короткострокові сезонні сільськогосподарські роботи** за кордон: *«на огірки і ягоди в Польщу», «на клубніку в Фінляндію»*. Серед учасників з інших регіонів досвід сезонних сільськогосподарських робіт не зафіксовано, відгуки про те, що на сільгоспроботи виїжджають односельці – одиничні. Селяни в Центрі зазначали, що ті, хто працюють «на землі», ведуть ОСГ або працюють у великих агрохолдингах, не мають потреби виїздити на сільськогосподарські роботи в інші регіони або країни, бо мають роботу в сезон на місці.

Поза аграрним сектором, тобто «не на землі», зайнятість сільських мешканців пов'язана з такими трьома головними формами трудової поведінки, як робота в соціальній сфері та органах державного управління на селі; маятникова трудова міграція до інших населених пунктів в Україні і за її кордони; підприємництво. Розглянемо вплив кожної з цих форм на життєві практики селян.

Важлива відмінність сучасного села від радянського полягає в тому, що село стає все менш аграрним за трудовими практиками. У селах проживають кілька мільйонів так званих маятникових мігрантів, які живуть у селі, а працюють у місті. Це підтверджують дані моніторингу Інституту соціології за якими у 2018 р. безпосередньо у власному селі працювало 41% селян, а 56,2% серед працюючих селян щодня виїжджали на роботу. Міграція може бути навіть між сусідніми селами: *«Я живу в цьому районі, працюю в сусідньому. Щодня їжджу в інший район, а це вже 40 кілометрів на день»* (ч., Ключівка). Якщо виїжджають далі, намагаються працювати тиждень через тиждень. Також село сьогодні є головним джерелом трудової міграції за кордон. Усе це вносить щоденні зміни в життя традиційного села.

За результатами бесід на Сході підтверджуються дані статистик про те, що тут провідною сферою інтересів селян у працевлаштуванні є робота на різних підприємствах поза сферою сільського господарства. Зокрема, звучали відгуки про цінність роботи на заводах, у кар'єрах, на шахтах, залізниці, в дорожніх бригадах, на

цегельних заводах та інших промислових об'єктах, які продовжують становити найбільший інтерес для чоловічого сільського населення.

В усіх регіонах значно скоротилася зайнятість на підприємствах соціальної сфери, яка в сільській місцевості представлена школами, дитячими садками, фельдшерськими пунктами, поштою, бібліотеками, клубами тощо. Майже всі об'єкти соціальної сфери, які раніше були на балансі державних підприємств, наразі залишаються без фінансування, зокрема це майже всі підприємства побутового обслуговування на селі (будинки побуту, перукарні, хімчистки); багато дитячих садків і клубів закрилися в перші роки реформ і не працюють досі. Спостереження над об'єктами соціальної сфери підтверджує, що всі ці об'єкти, окрім шкіл, всюди виглядають занедбано і не мають жодних ознак поліпшення. Єдиним винятком став хутір Дубина в Полтавській області, де аграрний холдинг виступив спонсором з відновлення сільського клубу і будівництва сучасного стадіону.

Трудова міграція за кордон як форма трудової поведінки. За відгуками й оцінками респондентів, отриманими під час фокус-груп на Заході, – регулярно на заробітки виїздить третина або й половина односельців і майже вся молодь після закінчення навчання. *«В нас половина села виїжджає за границю. І більше їздять, з роками стається, що більше. Бо діти пішли вчитися, то весілля, то хату їм побудувати, потім далі внуки. І ото так крутиться навколо»* (ж., Старий Лисець). Селяни відмічають вплив заробітчанства не лише на статки й розмір доходів родин, а й на інтенсивність і пріоритети у споживанні родин заробітчан, на основі яких можна виділити стилеві ознаки їхнього споживання.

Таким чином, найпоширенішою трудовою практикою селян залишається робота на землі, зокрема ведення особистого приватного господарства. Проте для більшості селян цей вид активності не є головним джерелом доходів. Ця ситуація поступово усвідомлюється мірою розвитку на селі ринкових стосунків. Частина селян переходить на ведення спеціалізованого ОСГ та вироблення товарної продукції, частина, навпаки, зменшує внесок у працю в особистому господарстві. Особливо це помітно щодо утримання тварин, зменшення поголів'я яких було відмічено на всіх ФГД. Тримати худобу важко, не надто вигідно, а отже і малораціонально. Ті, хто

відмовляється від власного утримання худоби, готові купити все, що їм потрібно, у тих селян, які поки що не відмовилися від цієї практики, що створює для обох груп взаємовигідні умови. Є певні свідчення того, що структура трудових практик селян буде й надалі диференціюватися і видозмінюватися, що безумовно відбиватиметься і на особливостях споживання. Можна очікувати поступового зменшення частки самостійно виробленої продукції у споживанні селян, зростання ролі грошового забезпечення процесу споживання.

Загалом попри всю традиційність сільського укладу життя можна констатувати, що селяни виявили дуже високу адаптивність до ринкових трансформацій, їхній спосіб життя зазнав значних змін, їм довелося активно шукати нових способів самозабезпечення. Можна побачити поступове проникнення в усі сфери життя нових форм взаємовідносин, ґрунтованих на ринкових засадах. Водночас габітуальна прив'язаність до землі залишається стійкою і попри раціоналізацію не втрачає своєї внутрішньої скеровувальної ролі. Характерним у цьому сенсі є те, що селяни по-різному сприймають слова «робота» і «праця» – праця і прибуток можуть бути пов'язані із землею, а от робота – це слово сприймається радше як ознака офіційного працевлаштування, а також зайнятості у неаграрних сферах і в місті. Праця – це щось важке й фізичне, а робота – це те, що в місті, тобто фізично легше: *«В селі треба працювати. В місті – пішов на роботу»*. Відповідно поки що селяни залишаються відданими саме землі. Попри всю раціональність в оцінюванні співвідношення внеску й результату головним є відчуття того, що земля потребує їх постійного нагляду, її в жодному разі не можна кинути: *«Як саджали, так і будемо саджати. Нічого не зміниться. Земля ж не буде пустувати»* (ж., Яблунівка). Отже, навіть у віддаленій перспективі можна прогнозувати, що село як таке не зникне. Ті, хто залишиться працювати на землі, попри всі зміни та всю сучасну раціональність, розглядатимуть її не просто як ресурс, а як невід'ємну частину власного існування. Але це зовсім не означає, що незмінними залишаться інші практики. Перейдемо тепер до практик споживання і подивимося, що ж відбувається з ними.

3.4. Практики споживання в сучасному українському селі

3.4.1. Простір споживання в селі

У процесі дослідження практик споживання на селі ми намагалися насамперед чітко локалізувати їх у просторі і зрозуміти, які саме потреби і в який спосіб мешканці можуть задовольняти безпосередньо у власному селі, а що має виноситися назовні. Попередня гіпотеза полягала в тому, що споживання добового циклу переважно замкнене в селі, а більш масштабні потреби й особливо послуги задовольняються поза сільським простором. Для її перевірки була здійснена операціоналізація показників і виокремлено такі осередки задоволення споживчих потреб:

- для безпосередньої купівлі/продажу: ринок (продуктовий і речовий); стаціонарні магазини; автолавки з чіткою періодичністю; не систематичний підвіз виробникам або реалізаторам промислової продукції; придбання продукції в інших мешканців села на комерційних засадах;

- для опосередкованого придбання продукції: попереднє замовлення у реалізаторів на місці необхідної продукції з доставкою; замовлення товарів через каталоги або через Інтернет з доставкою поштою;

- для задоволення побутових потреб: перукарня (чи перукар), ремонт/пошив одягу, ремонт взуття, хімчистка.

Додатково тестувалася доступність необхідних компонентів для супроводу задоволення потреб: наявність доступу до Інтернету, терміналів, банкоматів, поштового відділення.

Розглянемо спочатку простір споживання в межах села. Треба одразу зазначити, що, починаючи дослідження, ми практично не мали уявлення про реальність сільського споживання, хоча передбачали, що одним з головних чинників його перетворення в сучасних умовах буде зникнення дефіциту товарів. Зауважимо, що в ході всіх фокус-групових дискусій тему дефіциту спонтанно згадали лише двічі. Один респондент зазначив, що зараз пропозиція величезна, а раніше *«на селі в магазині стояла банка репанців і сок томатний»* (ч., Дубина). Навіть респондентка середнього віку вже не має особистого досвіду споживання в умовах дефіциту, бо була в той час ще дитиною: *«Пригадую, що батьки в мене їздили. А зараз ні. Зараз гроші»* (ж.,

Довбиш). Це досить важливий момент, який показує, що наразі наявні практики споживання сприймаються як даність і вже не порівнюються з минулим. У ході дискусій з'ясувалося, що практика, коли комівояжери привозили в село одяг з фабрики, від виробників, як і практика спеціально просити родичів із міста або сусідів привозити одяг, давно в минулому. Незалежно від того, що малі та великі села мають різні ресурси, усі учасники ФГД згодні, що зараз вже немає ніякого дефіциту і можна все обрати до смаку або замовити, і це привезуть реалізатори, чи замовити в Інтернеті й забрати на «Новій пошті».

Водночас можливості для задоволення споживчих потреб всередині села досить сильно відрізняються в малих і великих селах. Фактично дослідження показало, що наша вихідна гіпотеза повністю підтвердилася для малих сіл і лише частково для великих. Розглянемо отримані результати ретельніше.

Продовольчий ринок не є типовим осередком споживчої поведінки всередині більшості сіл. Спеціалізований ринок є лише у великих селах. У нашому дослідженні такий ринок для реалізації м'ясних продуктів фермерів був лише в одному селі, але його значення для споживання мешканців не надто велике, бо в селі діє і спеціалізований магазин для продажу саме таких продуктів. У великих селах є ринки змішаного типу, де *«єсть торговые, в основном продуктовые ряды, а есть магазинчики – вещевого, хозяйственный»* (ч., Мирне). На них реалізують власну продукцію як мешканці самого села, так і жителі прилеглих невеликих сіл. Для малих сіл особливий осередок, щоб купити продукцію сусідів, не потрібний: *«От, например, как молочные продукты – знаем, что у кого корова – продают молочную продукцию. Приходим и заказываем. Ну это из-за того, что малое село. В больших селах есть»* (ж., Ставок).

У малих селах працює, як правило, речовий ринок. Раз на тиждень реалізатори привозять різні товари. Тут можна придбати й замовити необхідні речі, і їх привезуть наступного тижня.

Продуктові магазини є в будь-якому селі, однак їхня кількість коливається від одного-двох до десяти. Працюють вони щодня, але не постійно – можуть бути перерви в середині дня, пов'язані з тим, що у продавчині теж господарство і їй треба

порати худобу – тому *«в обід краще зачекати або якщо срочно, то треба буде її гукать»* (ж., Яблунівка). Загалом навіть респонденти з малих сіл зазначають, що для щоденних потреб їм вистачає звичних магазинів. Проте все одно вважають себе обмеженими у виборі: *«Слава Богу, хоч два магазини роблять, хоч якийсь вибір є»* (ж., Яблунівка). А на тлі обмеженості вибору зростає і критична оцінка пропозиції: *«В нас в магазині немає нічого доброго»* (ж., Дубина).

Водночас жителі великих сіл не мають проблем з вибором, бо, наприклад, в Олександрівці працює тільки до десятка великих продуктових магазинів. Відповідно, вони постійно користуються саме цими магазинами для купівлі повсякденних продуктів: *«Ми навіть виходимо з автобуса і повертаємо в магазин купити той хліб. Тому що нащо нести сумки, як в селі такі ж самі ціни»* (ж., Старий Лисець).

Промислові товари жителі малих сіл на місці можуть купити переважно на речовому ринку, де можна придбати побутову хімію й одяг: *«До нас приїжджають раз на тиждень. В середу. Розкладають палатку. Так, як на базарі»* (ж., Яблунівка). А от для великих сіл такої проблеми наразі вже немає. Тут є постійно діючі магазини, які пропонують повний спектр товарів і загалом задовольняють усі необхідні потреби: *«Мені здається, достатньо того, що в нас є. В нас уже їх стільки є! Асортимент весь у магазинах»* (ж., Довбиш). Рефреном на всіх групах у великих селах звучало, що *«товари прекрасні»*, можна купити і одяг, і побутову хімію, і будівельні матеріали на місці.

Проте в цих магазинах скоріше зберігаються практики речового ринку, тут, наприклад, можна торгуватися з продавцем: *«На промисловий товар – так. Ну як, промисловий? Одяг, мило і це все. Продукти – ні»* (ж., Довбиш) або брати товари «під запис». Фактично йдеться про можливість взяти в борг, або «записатися» – тобто взяти товар зараз, а повернути гроші пізніше. Ця практика характерна суто для сільського простору споживання і пов'язана з тісною мережею соціальних зв'язків і відносинами із продавцем зокрема – довіра, знання і попередній досвід повернення боргу є важливим ресурсом, своєрідною «валютою» для розрахунку в сільському магазині: *«Можна взяти у борг. Не кожного записують, але дають. Тим, кому довіряють. В наш стан входять, що зарплати не вистачає. Газ, світло, телефони –*

все поплатити» (ж., Яблунівка). Самими селянами вона розглядається як природний спосіб організації стосунків у сфері купівлі-продажу: *«Це сільський менталітет, його ніколи не побореш. Через те, що ми один одного знаємо»* (ч., Ключівка).

Практика ця поширена в малих селах, але поступово згортається у великих, особливо якщо вони розташовані поблизу обласних центрів. Чим менше село, тим більша потужність такої практики. У невеликому селі можна купити так досить дорогий товар: *«Заходжу, в мене лежить під тисяч 5–6. Мопед ціною тисяч 5–6. І я прошу, можна 3 щас, і потім, на наступний місяць. Щоб я не всі гроші зараз віддав»* (ч., Дубина). А от у великому все складніше. Тут уже відчувається поступ справжніх ринкових стосунків: *«Якщо грошей немає, то не купують. Якщо гроші є, можна і у Вознесеньку купити»* (ч., Олександрівка). Тут історія взяття «під запис» поступово перетворюється у розстрочку, правда, поки що безвітсоткову. Головною гарантією виконання зобов'язань є відносна замкненість сільського простору. Коли модератор запитала, а чи буває, що гроші не повертають, реакція респондента була досить промовистою: *«В смысле? Так прийдуть же»* (ч., Олександрівка).

Певною проблемою, що виникає в разі використання можливостей брати товари «під запис» є поки що доволі слабкі натяки на те, що в села вже заходить хвороба ХХІ сторіччя – «кредитна залежність». Наприклад, один із респондентів висловився проти цієї практики і пояснив це тим, що *«дружина як гайнула, а потім: “та я й туди должна, й туди должна, і туди треба віддати”»* (ч., Дубина). Загалом практика в основному тримається і, можливо, ще досить довго триматиметься на селі, не лише через загальну низьку матеріальну забезпеченість, а й через наявність сезонності в доходах. Як зауважила одна з респонденток: *«Конечно, очень удобно, особенно в зимний период. Потому что работы практически нет. А кушать хочется всегда»* (ж., Терпіння).

Про автолавки, яких чутно по звукових сигналах і оголошення через гучномовець і які регулярно приїжджали в основному у невеликі села, респонденти у більшості сіл навіть не чули. У великих селах ця практика зникла, бо *«его уже на стационар поставили, и всё»* (ч., Олександрівка). Проте «магазини на колесах» поки що існують. Наприклад, на одній із груп респондентка розповіла, що двічі на тиждень

приїздить машина і можна там купити шампунь чи освіжувач повітря за закупівельною ціною, без накруток. Проте виявилось, що інші присутні навіть не чули про це, бо ця присутність ніяк не афішується продавцем: *«Він стоїть, бусік білий. Постійно стоїть і знаєш»* (ж., Довбиш).

Важливою новою практикою, яка дала реальні можливості для компенсації обмеженості ресурсів спільноти, стала доступність придбання всього необхідного через Інтернет. Наразі Інтернет доступний практично в усіх населених пунктах, проте далеко не всі учасники груп реально ним користуються. Бар'єри до Інтернету не лише фінансові, а й пов'язані з віком і відсутністю досвіду користування комп'ютерною технікою загалом. Респонденти старшого віку демонструють певну протидію явищам модернізації, як бар'єри до нового і відсутність інтересу через страхи: *«Мені воно не треба. У мене, наприклад, інтернет у дочки в телефоні і хватить»* (ж., Яблунівка). На заваді користуванню стоїть і неможливість реально переконатися в тому, що річ саме те, що тобі потрібно: *«Мне нужно пойти все проверить, пощупать. Одяг стрьомно. Бо можеш і з розміром не вгадать»* (ж., Ставок). Частина респондентів не довіряє певним сайтам, боїться, що їх ошукають: *«На OLX все є, але там опасно»* (ж., Дубина). Загалом дотепер використання таких практик вважається ризикованим, тому їх опанування буде поширюватися поступово в міру озвичаєння. Як зазначила одна респондентка: *«На дороге речи я не ризикую. Але якщо щось дорожче – то з перевірених сайтів»* (ж., Ставок).

Найбільш просунуті в практиках купівлі через Інтернет респонденти наводять широкий перелік аргументів і переваг Інтернет-купівлі саме в контексті поліпшення споживання: можна вибрати дешевше (*«все-таки мы понимаем, что дешевле через Интернет. Намного»*) (ч., Ставок) і ширший вибір, все привезуть (*«ты заказал, тебе доставили, ты сэкономил кучу времени. Ты пошел, забрал, оплатил»*) (ж., Терпіння) і можна повернути, якщо не сподобалося: *«Есть обмен обязательно. Не подошло – позвонив, договорився. Чеки ж при тобі всі. Номер сказав свій... Через декілька днів вони тобі пишуть, що можно повернути»* (ж., Ставок).

Користуються селяни і замовленнями за каталогами. Замовляють косметику (Oriflame, Avon), одяг, посуд, побутову техніку. Бар'єри в користуванні каталогами,

як правило, пов'язані з тим, що так купувати дорожче, а також і з тим, що пропонують речі не надто необхідні. Інколи не влаштовує якість: *«Берешь машинку за 50 гривен, а она плохо работает. Качество очень плохое»* (ч., Мирне). Загалом у практиках споживання через замовлення різниці між жителями малих і великих сіл практично немає, їх застосування якраз є хорошим показником стильових відмінностей, які розглядатимемо далі.

Отже, замовляють за каталогами й особливо через Інтернет найрізноманітніші товари – від запчастин до бензокосарок, від косметики до коптилень, від гумових капців до дитячого одягу. Тому ця практика справді радикально наблизила всіх мешканців до задоволення не лише потреб добового циклу, а й значно ширшого кола потреб безпосередньо у своєму селі. Єдине, що дотепер гальмує цей процес, необхідність отримати замовлене. Як правило, селяни користуються службою доставки «Нова пошта», утім навіть у великих селах відділення «Нової пошти» є не завжди. Серед наших кейсів таке відділення відкрито в селі Терпіння, і респонденти відмічають, що запит на доставку дуже великий: *«Если раньше девочка просто просиживала, там было 1–2 заявочки, то сейчас очень активно ею пользуются, даже не в плане одежды, а какое-то оборудование для машин, какие-то колеса»* (ж., Терпіння). Проте загалом ті, хто вже користується Інтернетом для купівлі якихось товарів, готові їхати за замовленням навіть до обласного центру і не вважають це перепорою: *«Сподобалось – замовила собі. Привезли в Житомир. Поїхала в Житомир, забрала, і все спокійно»* (ж., Довбиш).

Щодо ще одного важливого технічного моменту – наявності терміналів, банкоматів, тобто можливості доступу до отримання грошей з рахунку та можливості розраховуватися картками, то навіть у великих селах це поки що не надто поширена практика. Хоча там, як правило, є й термінали, і банкомати. У малих селах дотепер усі фінансові розрахунки відбуваються переважно в готівковій формі. Для оплати послуг мобільного зв'язку зазвичай купують у сільському магазині картки поповнення рахунку або ж *«коли хто їде в місто, даємо гроші, щоб закинули»* (ж., Яблунівка). Водночас попит на осучаснення такої ситуації очевидно є. На одній із ФГД респонденти висловлювали свої побажання щодо подальшого розвитку села, й

одним з побажань було, щоб у магазинах з'явилася можливість розраховуватися карткою, а не готівкою, бо в селі немає банкомата: *«...а так, если зарплата попала на выходные, то человек может пойти себе спокойно в магазин, по карточке скупиться»* (ч., Терпіння).

Крім покупок, до задоволення потреб добового циклу входять і побутові потреби. Тут, як і слід було чекати, великі й малі села перебувають зовсім у різних умовах. Якщо у великих селах цей спектр послуг представлений досить широко, в них обов'язково є, наприклад, перукарня, і часто не одна: *«Три парикмахерские те, что официально. А есть девочки, которые еще на дому стригут. И ногти у нас тоже здесь, салон есть. Реснички. Есть девочка, которая живет у нас в селе, а шугаринг у нее, в салоне, в городе. Все есть»* (ж., Терпіння), то для малих сіл типовою відповіддю принаймні серед чоловіків була *«стригуся вдома»*, а серед дівчат *«роблю манікюр вдома»*. Як правило, в малих селах немає перукарні, тому стрижуться на дому у знайомих, відгуки про це часто жартівливі – іноді можуть підстригти погано. *«Тут є спеціалісти. Як підстригли, так і ходитимеш»* (ж., Яблунівка), але дуже хочуть, щоб з'явився хороший майстер на селі.

Щодо задоволення інших побутових потреб, ситуація приблизно така сама. У великих селах є ремонт взуття, можна замовити кравчині сукню: *«Не багато, але є в нас бесподобні спеціалісти»* (ж., Терпіння). У малих селах всього цього немає. Загалом наша гіпотеза про довший цикл життя речей (за якою речі не викидають, а ремонтують) підтвердилась скоріше для мешканців великих сіл. Вони купують якісніше взуття, тому для них раціонально підтримувати цикл життя речей: *«...если молния разошлась на кожаной обуви, зачем покупать новую»* (ч., Терпіння). А респонденти з малих сіл, як правило, мають менші доходи, частіше купують вживаний повсякденний одяг на секонд-хенді. Індивідуальне пошиття, послуги кравця їм потрібні рідко: *«Є майстрині. Одяг на свята пошити, або, якщо людина щось хоче чи підшити, чи залатати. Це є таке у нас»* (ж., Яблунівка).

Загалом простір споживання в межах села досить сильно відрізняється у мешканців малих та великих сіл насамперед не стільки самими практиками, скільки тим, які смисли з ними пов'язуються. Мешканці малих сіл начебто і сприймають

ринкові відносини, і намагаються саме на цій основі будувати своє споживання, але габітуальні впливи тут значно сильніші, прив'язаність до землі безпосередньо забезпечує їх виживання у складних ринкових умовах, а отже і стиль споживання досить економний, без зайвих витрат. Проте в міру поліпшення матеріального становища маленьке село поступово прагне пересісти з велосипеда, який і досі є тут головним транспортним засобом, у таксі. Причому не в переносному, а в прямому значенні. Як зауважив один респондент: *«Якщо порівняти вісім років тому назад, про яке таксі можна було говорити? А зараз вигідно, я бачу. Таксі служба і по-моєму з кожним днем їх все більше і більше, і всім вистачає роботи. До Руденківки це коштує 25–30 гривень, люди їздять, значить вигідно їм»* (ч., Ключівка). Водночас процес цей не буде надто швидким, бо між описом споживчих практик жителів малих сіл, які ми отримали у 2014, 2019 і 2020 роках і в різних регіонах, немає практично жодної різниці.

3.4.2. Простір споживання в місті

Як ми вже переконалися вище, практики споживання селян у просторі власного села на сьогодні досить розвинуті, але не можуть повністю задовольнити усі їхні «штатні» потреби. Так чи інакше, а селянам доводиться час від часу розширювати простір споживання і відправлятися в місто, де вони реалізують споживчі практики. І тут ми повертаємося до проблеми ресурсів споживання. Для зовнішнього спостерігача ситуація видається досить однозначною, ресурсна потужність міста порівняно із селом не викликає запитань, а отже рух селян до міста, принаймні для задоволення споживчих потреб, є логічним і таким, що має відтворюватися постійно принаймні в найближчому майбутньому. Проте зсередини, з точки зору самих селян, ситуація видається не такою однозначною. Нерідко в обговоренні, особливо в малих селах, висловлюються прямо полярні думки щодо оцінювання перспектив власного села. Скажімо, на ФГД в Яблунівці, де всього трохи більше 200 мешканців, респондентка каже: *«Не гірше, чим у місті живемо. І ванна, і вода, і туалет у хаті. Телевізори сучасні. І одягаємося ми сучасно. Намагаємося»* (ж., Яблунівка). І там само інший респондент констатує: *«Село занепадає прямо на очах. Все розвалюється»*.

Немає нічого, ніде. Дороги ніхто не хоче ремонтувати. На соціальну сферу не виділяють кошти» (ч., Яблунівка). Перший коментар оцінює ситуацію з точки зору ресурсів селян, другий з точки зору ресурсів села. Ми бачимо фактично візуальну картинку розриву, всередині своєї оселі мешканці можуть відтворити умови життя не гірші, а подекуди й значно кращі, ніж жителі міста. А от дороги, по яких можуть вільно сполучатися селяни і містяни, поки що блокують взаємний безперешкодний рух. Ця тема взагалі потребує окремого спеціального дослідження, однак у контексті нашої проблематики важливішим є погляд саме з позиції ресурсів селян.

Виявляється, що в міру зникнення перешкод саме існування бар'єру між містом і селом певною мірою втрачає сенс. Ці простори сприймають безумовно як зовсім різні, але зникає відчуття їх нерівності. Щоб проілюструвати цю тезу, наведемо короткий уривок з обговорення, що відбулося у селі Старий Лисець, яке розміщене близько від обласного центру і має з ним постійне регулярне сполучення.

Модератор: Наведіть останні приводи поїхати у Франківськ.

Міша: Подивитися на ратушу. (*Сміх.*) Люська Селера стоїть на місто. Кажу: «Чого їдеш у місто?». Вона: «Кави купити». Кажу: «В нас що, немає кави де купити?». Вона каже: «Ні. У місті солодша!».

Оксана: І дорожча.

Міша: І дорожча.

Галя: Я тиждень-другий і не ногами...

Лідія: Люди їдуть хіба що спеціально по якихось справах. А я мушу їхати, бо на роботу їдемо.

Міша: Ну, в лікарню, може, декому.

Модератор: Тобто власне, щоб їхати щось купувати такого.

Микола: Ні.

Лідія: Ні, ну якщо щось таке фayne плаття, одяг до певного свята..

Міша: Або якась зустріч таємна (*посміхається*).

Як бачимо, ті, хто працює в місті, «мусять» їхати, а ті, хто залишається на селі, взагалі не мають потреби туди їздити у звичному повсякденному перебігу життя.

Приводи, які називають респонденти, ілюструють якраз «нештатні ситуації» – лікарня, файне плаття до свята, таємна зустріч або просто бажання випити «солодшої кави», щоб змінити простір. Звісно, ця ситуація характерна для високоресурсних сіл, але можна припустити, що загальні зміни в забезпеченні потреб селян відбуватимуться саме в такому напрямі.

Однак поки що для більшості селян практики споживання в місті мають значно приземленіший характер. Аналіз відповідей про цілі відвідування та частоту практик купівлі в інших населених пунктах показує, що зазвичай селяни намагаються комбінувати покупки з іншими справами в місті, а коли роботи на землі багато – тоді для споживання вистачає і сільського простору. Найчастіше мешканці малих сіл спеціально заходять до супермаркетів і магазинів, де можна придбати побутову хімію та косметику. Проте є чимало й інших необхідностей, насамперед у ліках, бо не в усіх селах є аптека, або щоб потрапити до перукаря. До міста навідуються регулярно для внесення платежів, їдуть цілеспрямовано, коли треба підготувати дітей до школи і спорадично за якимись побутовими речами: «...цвяхи, мелочі, горюче» (ч., Яблунівка).

Навіть з хорошим сполученням жителі малих сіл не надто налаштовані їхати до обласного центру. Хай там і дешевше можна купити, але ж на дорогу треба витратитися, а це не вигідно. Тому їдуть у найближчий супермаркет: «*Час, полтора у Форі скутився, і назад*» (ж., Ставок). Взагалі раціональність є важливим елементом споживчої поведінки селян. Попри те, що у ближчих великих селах є достатня пропозиція, перевага надається супермаркету в місті, якщо там дешевше. Причому це стосується як жителів малих, так і великих сіл. От як описує цю ситуацію мешканець малого села Ключівки, порівнюючи поїздки до найближчого великого села та найближчого міста: «*Ви ж розумієте, є патріотизм до учора, а вчора в Санжарах відкрився маркет. Яйця в якому шість гривень, а в Руденківці – дев'ять п'ятдесят. От скажіть, буде патріотизм? Тут патріотизм завершився, і всі поїхали у Санжари в маркет, і половина рудківчан стоїть там під маркетом цілими машинами. Тому що сіли ми, сусіди і хтось ще в одну машину, поїхали туди, де дешево і якісне, і свіже*» (ч., Ключівка). Причому в обговоренні цієї ситуації на ФГД добре видно, в чому

селяни вбачають переваги такого споживання: *«там, де великий оборот, там завжди буде свіжіше», «і ціни помірні», «це риночні відносини».*

Для жителів великих сіл простір міста вже втратив ауру «особливого» з точки зору споживання міста. Ще не так давно поїздка до міста була не лише можливістю купити товари, яких не було в сільських магазинах, це була можливість доторкнутися до іншого стилю життя. От як згадує про це респондентка: *«Я помню то время, когда мы ехали в Мелитополь, чтобы съест мороженное. Ты приезжал на центральный рынок, ел мороженное, это был целый ритуал. И еще был ритуал пить кофе из пластиковых стаканчиков на центральном рынке. Потому что, у нас такого не было»* (ж., Терпіння). Та наразі вся ця аура міського простору як особливого місця принаймні в контексті споживчої поведінки зникла. Як каже та сама респондентка: *«У меня в последнее время такого нет. Если ты пишешь себе целенаправленно, какой-то список, ты его себе сформировал, ты поехал, купил»* (ж., Терпіння). Тепер спеціально за повсякденними покупками туди не їздять, але купують щось потрібне, коли бувають у місті: *«Когда выбираешься в город, то уже как-то комплексно справляешься. Нужно, может, какую-то краску купить. И я попутно покупаю еще и то, и то. Ну а в основном зачем куда-то ехать, если у нас есть»* (ж., Терпіння). Як бачимо, і мешканці великих сіл оцінюють цю споживчу практику через співвідношення затрат і зисків і аргументують свою відмову від постійних покупок у місті тим, що вигода від меншої ціни того ж товару практично нівелюється іншими затратами – оплатою проїзду, витратами часу, необхідністю *«тягати сумки»* здалеку.

Простір міста, безумовно, більш насичений різноманітними пропозиціями, але сам стиль споживання для більшості селян не орієнтований на якусь унікальність. Вибір, який пропонують сьогодні споживачам у великих селах, якщо розглядати принаймні споживання продуктів, фактично повністю покриває їхні повсякденні запити: *«Сейчас ты зайди в наш любой магазин, у нас есть и колбаса, и мясо, и печенье, и конфеты, и все остальное. Если ты, конечно, захочешь какой-то икры красной или лобстеров, то это, конечно, нужно ехать, нет у нас такого»* (ж., Терпіння). Водночас для жителів малих сіл аура зберігається. Далі ми побачимо це в

опису культурного споживання, а тут зупинимося на задоволенні щоденних потреб у продовольчих товарах.

Очевидно, лобстери не входять до звичного раціону мешканців села, тому розглянемо повсякденне споживання в контексті придбання селянами продуктів щоденного вжитку. Оцінюючи супермаркет, на відміну від відгуків про магазини в селі, відмічають дві головні переваги – більший вибір і кращу якість продукції: *«Там продукти харчування всі якісні. Не зіпсовані. Масло в них як масло, молоко, як молоко»* (ч., Яблунівка). Для селян супермаркет відкрив доступ до нового класу продуктів, дав можливість вийти зі звичного набору власноруч вирощених овочів або птиці у світ напівфабрикатів, різних сортів кави, білого шоколаду тощо. У супермаркетах не купують базисного набору, який забезпечується власною працею в ОСГ. Особливо це помітно в тих селян, які передають продукти дітям у місто: *«Щоб не купляти той кусок м'яса, ти своє зарізав, даси їй. Вже не так, не купиш півкіла, наприклад, а даси цілу качку.»* (ж., Дубина).

Однак те, що обрамляє базисне споживання, приваблює новим смаком, новим виглядом, новими можливостями. Мале село переживає період, який свого часу пройшли жителі міст, а потім і жителі великих сіл. Як пояснила це модератору одна з респонденток: *«Ты же борщ варишь с сока домашнего, и варишь с томатной пасты – есть же разница? Все просто привыкли к тому, чтобы было с сока. Теперь люди распробовали, что оно просто выгоднее, оно вкуснее»* (ж., Дубина). Не завжди ці можливості потрібні, не завжди вони використовуються, але доступ до них змінив уявлення не лише про споживання. Як зазначив жартома один із респондентів: *«Якби я знав у 1991-му році, що такі будуть полуфабрикати, я б і не женився»* (ч., Дубина).

Супермаркет відкрив можливості урізноманітнити повсякденний стіл, зробити його смачнішим (*«в магазині вкусніше, ніж вдома»* (ж., Дубина)) і значно легшим в сенсі приготування (*«даже в селі ищут люди, щоб было простіше»* (ж., Дубина)).

Саме за таких умов у стилі споживання з'являється бажання «побалувати себе», проявити свою унікальність, виникають ознаки іміджевого сприйняття продуктів і можливості виявити власні вподобання. В одній із груп ФГД, що проводилася в малому селі, на запитання модератора *«Яку ви п'єте каву?»*, усі респонденти

відповіли по-своєму. Виявилось, що деякі респонденти взагалі не п'ють каву, тільки чай, хтось віддає перевагу розчинній, а хтось заварній, приготованій у турці, хтось п'є лише Jacobs, хтось тільки Nescafe із сіллю, і лише один респондент сказав, що п'є каву, яка є. Такими ж різноманітними є і переваги мешканців сіл щодо можливості себе «побалувати» чимось смачненьким, але обов'язково купленим у магазині. Діапазон переваг виявився дуже широким – від чипсів та «сємок» до білого шоколаду, від копчених сосисок до морозива. І все це можна купити тут і зараз у найближчому супермаркеті. Фактично можна говорити про те, що всі респонденти нині не мають обмежень у доступі до закладів торгівлі, що сприяє задоволенню базових споживчих потреб. У цих координатах селяни можуть вільно виявляти своє «хочу» в межах власного «можу».

Приблизно таку ж картину спостерігаємо і щодо відвідування магазинів мережі краси, де селяни купують усю побутову хімію, товари для гігієни й догляду, косметику. Інтерес до занурення у споживчий вибір більшою чи меншою мірою демонструють усі учасники фокус-групи, проте вербалізують це не як відвертий маніфест споживання чи бажання виявити свою унікальність, а через раціональні відгуки про можливість спробувати, перш ніж купувати, перевірити й порівняти ціни, купити щось зі значною знижкою на ціннику. Цікаво, що з появою магазинів косметики та побутової хімії відійшла в минуле купівля косметики за каталогами, хоча раніше, як зізнаються респондентки, вони купувала такі бренди, як Avon, MaryKey, а дехто навіть розповсюджував Oriflame через знайомих.

Ще однією важливою новацією, яку селяни опановують у практиках споживання в місті, є знайомство із системою бонусів через використання бонусних карток. Доволі важлива практика, типова для розвиненого споживання, потроху озвичається і селянами з невеликих сіл. Поки що це не зовсім зрозуміла для них новація. На одній із груп респонденти спочатку відповідають, що ніяких таких карт немає, але потім з'ясовується, що є *«якась бонусна карта, і все»* (ч., Дубина), а коли інша респондентка пояснює, що бонуси йдуть на картку і можна на них потім щось купити, виявляється, що це не дуже спрацьовує, бо *«там такі ціни»*, що це не порівнянно з отримуваними бонусами.

Водночас в міру розширення пропозиції, появи більшої кількості мереж, така навичка швидко формується. Якщо для деяких сіл найближчими є лише один супермаркет типу «Фора» і один магазин косметичної мережі, найчастіше «Єва», то згодом навіть у невеликі міста, куди їздять селяни, приходять інші мережі – «Сільпо», «Велмарт», «Епіцентр». Відповідно ускладнюється і споживча поведінка, спочатку картки лише збирають (*«карточки збираємо кругом, куди ходимо»* (ж., Ставок)), а зрештою починають і активно ними користуватися (*«я каждую неделю бесплатно беру сыр по бонусам»* (ч., Ставок); *«я в “Еве” то духи, то туалетную воду»* (ж., Ставок)).

Якщо повсякденний попит мешканців сіл задовольняється практично повністю, якщо не у винятково в просторі села, то принаймні у просторі найближчого міста, купівля одягу потребує більшого розширення обріїв. Причому це характерно і для жителів великих сіл. Вибір, який пропонує невелике місто, не влаштовує селян. Їдуть до обласного центру, а інколи й до Києва. Верхній і зимовий одяг купують винятково у великих містах. Проте якщо село велике, але розташоване далеко від обласного центру, використовують й інші варіанти: *«На крайність – районний центр, це 60 кілометрів. Там прекрасний базар»* (ж., Довбиш). Натомість якщо село розташоване поблизу обласного центру, потрібний одяг можна замовити в магазині одягу в селі, і його привезуть.

Аналіз виходу селян з простору села у простір міста показує, що індивідуальні стильові варіації споживання в міру розширення вибору й поліпшення доступу до предметів споживання починають активно формуватися. Проте цей процес досить сильно перетинається із тим, що задається координатами «хочу» й «можу». Це можна добре проілюструвати на прикладі мешканки одного з великих сіл. От як респондентка описує, як вона підбирає речі для оселі. *«Знаєте, все залежить від бажання хазяїна. Якщо я собі намітила люстру – я її бачу. Але в Довбиші не бачу. У Київ по неї точно не поїду. Ну, може в Баранівку... Кожен на свій смак, на свої кошти може це все зробити. Просто залежить від бажання, від готовності купити»* (ж., Довбиш). У цьому опису можна виокремити і чіткість преференцій, і

раціональність в оцінюванні співвідношення вигоди й затрат, і головний мотив – бажання мати ту чи іншу річ.

Важливою ознакою стилізації у споживанні є дія брендів, вибір товарів не лише за продуктовими ознаками, а й за іміджем. У межах габітуальної моделі «на землі» респонденти спонтанно, як правило, не називають бренди одягу, взуття, мобільних телефонів чи побутової техніки; після зондування питання бренду відповідають з певною іронією, що це важливо для тих, хто живе в місті, а їм важливіше ціна і якість. Також фактор країни виготовлення товару важливіший, ніж назва бренду, зокрема важливо, щоб взуття і побутова техніка не були китайськими. Якісний одяг може бути турецьким, взуття – українське: *«Зараз турецький одяг. Він більш якісніший. Його привозять наче більше»* (ж., Яблунівка). Загалом селяни, особливо мешканці малих сіл, – це передбачувані споживачі, які віддають перевагу вітчизняним продуктам та усталеним маркам.

Отже, підсумовуючи аналіз споживчих практик селян у просторі міста, можна констатувати кілька важливих моментів. По-перше, залежність від необхідності задовольняти повсякденні потреби за межами постійного місця проживання зменшується. Великі села мають наразі розвинену структуру з точки зору пропозиції, є *можливості* вибору, а отже немає *необхідності* їхати в місто за продуктами. Мешканці малих сіл *обмежені у виборі* й водночас *обмежені у власній купівельній спроможності*. Тому їхній простір споживання розширюється переважно за рахунок найближчих територіально супермаркетів мережі продовольчих товарів та магазинів косметики. Разом з тим саме це розширення сприяє розвитку стильових уподобань і є необхідним етапом в оформленні тих чи інших стилів споживання. Інші групи товарів, зокрема одяг, особливо верхній і взуття, все ще потребують перенесення споживання селян у простори великих міст. Проте, оскільки це не повсякденний попит, а разові виїзди, обмеження не є критичним. Для дослідження формування споживчих практик селян у разі виходу в міський простір варто застосовувати на сучасному етапі аналіз споживчої поведінки в координатах «хочу» й «можу», бо стильові відмінності ще не виокремлюються чітко.

Варто також мати на увазі, що місто залишається для селян головним простором культурного споживання. І це стосується не лише відвідування закладів культури, а й походу у великий торговельний центр. Туди йдуть не тільки, а часто і не стільки за товарами як за новими враженнями: *«А я приїхала, навіть мені там нічого не треба. Подивитися просто. Я що, забита людина? Мені просто цікаво. Що, які товари, щось нове»* (ж., Довбиш). До розгляду цієї теми ми й перейдемо нижче.

3.4.3. Практики культурного споживання

Важливим елементом, що характеризує споживання, є специфіка дозвіллевих практик. Стосовно сільського способу життя тут варто насамперед зазначити специфічний характер співвідношення на селі часу, що відведений для роботи та для відпочинку. Тому спочатку розглянемо специфіку бюджету часу селян. Для цього в гайді фокус-групової дискусії були задіяні запитання про ритм життя, перелік занять у структурі вільного часу, практики відпочинку в різні сезони року тощо. Формуючи нашу теоретичну схему аналізу, ми припускали, що динаміка і структура вільного часу залежить від сільськогосподарських циклів року. Проведені дискусії підтвердили правомірність наших припущень.

Габітус «на землі» в чистому вигляді передбачає фактично повну прив'язку до землі протягом кожного дня. Це рутинізована щоденна система практик, особливо, якщо у селянина є тварини. Характерним для переважної більшості учасників груп є ранні підйоми, які стали звичкою: *«Оно уже как-то в привычку просто вошло, выработано годами. И поэтому, машинально уже глаза открываются в 5 утра и все»* (ч., Терпіння). Причому практика дуже раннього початку дня має саме габітуальне підґрунтя, яке підкріплюється як традицією (*«наші батьки вставали в 4 чи 5 годин і йшли там пропололи буряки вранці»* (ж., Довбиш)), так і ціннісними обґрунтуваннями (*«хто рано встає, той і кушає. А хто пізніше встає, той все пропускає. Працювати треба»* (ч., Яблунівка).

Наша гіпотеза про вплив сільськогосподарського сезону на режим сну й відпочинку, за якою в зимовий сезон сільські мешканці прокидаються пізніше і більше часу відпочивають, отримала уточнення. Селяни, які працюють найманими

працівниками, взимку і влітку починають свій день приблизно в один самий час, адже треба поратися по господарству, а потім іти на роботу. Причому це характерно і для тих, хто працює в агросфері, і для тих, чия робота не пов'язана із сільським господарством: *«Зима чи літо все одно. Якщо робиш на фермі, то в один час прокидаєшся, в один час лягаєш. Вважай, що відпочинку немає»* (ж., Яблунівка). Проте часу на відпочинок справді стає трохи більше, але не зранку, а після роботи, бо не треба займатися господарством: *«Графік наче той самий, однаково на роботу треба йти що літом, що зимою. А наче зимою трохи легше У 17, 18 уже темно, і можна щось почитати, на комп'ютері дивиться... Більше часу набагато»* (ч., Довбиш). У контексті нашої теми це, зокрема, підтверджує, що культурне споживання (перегляд телепрограм, читання тощо) варіюється залежно від сезону і влітку суттєво зменшується (*«зимою більше, а літом, як лягаєш спати»*) (ж., Корделівка). Натомість зимою відпочинок і культурне споживання урізноманітнюється: *«Зима трошки для мене відзначається тим, що от, наприклад, що коли я маю день вихідного – то я уже планую бігом зробити свою роботу по дому, повчити уроки... А потім вже хочь чуть-чуть кудись вивести дитину і себе в світ. До театру, або ж в те саме кафе, або ж просто поспілкуватися, в кінотеатр...»* (ж., Довбиш).

Отже, типовий день починається о 5–6-й годині, а закінчується зазвичай між 22 та 23 годиною. При цьому поняття про вихідні досить специфічне. Фактично габітус «на землі» у своєму класичному варіанті їх не передбачає: *«Сільське господарство, в мене немає вихідних. Їсти хочуть весь час. Даже еслі і великий церковний празник – покормить худобу – це святе. Так шо, якщо великий церковний празник, ми покормили і відпочиваєм, а якщо як вчора, День Конституції, то працюємо з ранку до ночі»* (ж., Довбиш). Відпочивати часу не мають, і не годиться це робити, бо це не узгоджується з габітуальним приписом: *«Кто хочет, тот находит круглый год роботу, а кто не хочет, тот круглый год отдыхает»* (ч., Олександрівка).

Водночас можна констатувати, що поступово межі габітуально припустимого корегуються. Якщо ведення ОСГ переважно для власних потреб більше тяжіє до традиційного бачення відпочинку, сучасне фермерство мобільніше і готове до нових

практик, зокрема й до відпочинку навіть у виробничий період: *«Якщо ми посіяли, обробили, поки воно росте – можна поїхати. Але якщо прийшов період жнив, ви ж поки його не вберете, поки не пристроїте, поки знов же ж його не посієте на наступний рік – ви нікуди не поїдете»* (ж., Довбиш).

Проте загальною тенденцією є визнання більшістю учасників ФГД, що в літній сезон вихідних майже немає, а робота є завжди і добре, коли виходить відпочити в неділю: *«Для мене вихідний, так як я працюю кожен день, то це суботу й неділя. То це в основному город. Вихідні – це робота домашня. Ну, вчора повезло. Від усіх родичів заховалась і відпочила»* (ж., Довбиш).

У періоди відносно спокійні для сільськогосподарського циклу робіт, після жнив і сінокошу, виникає певна передишка. У такий період відносного відпочинку від навантажень виникає дозвілля, під час якого, як зазначила одна з учасниць ФГД, вона встигла *«сходити в гості, поспілкуватися з подругами і з'їздити в сусіднє село, сходити в кафе»* (ж., Яблунівка).

Релігійні свята загалом, а також дні народження і державні свята часто сприймаються і як можливість перепочити від важкої праці, часто це такий «легальний» привід для короткого перепочинку навіть у важкий сільськогосподарський сезон. Серед учасників дискусії була одна респондентка, яка постійно відвідує церкву (щонеділі співає в церковному хворі) і саме це сприймає як відпочинок. Цікаво, що відпустка або лікарняний на офіційній роботі часто беруться в високий сезон задля додаткового підробітку (*«в городі літом беруть отпуск, щоб відпочити, а ми літом берем отпуск, щоб пахати на городі, консервувати»*) (ж., Дубина); *«оці ягоди навіть в нас, завод зупиняли. Бо люди самі писали ці заяви. За свій рахунок. То завод на певний період – червень і половина липня – зупинявся»* (ж., Ставок); *«я на лікарняному був, заодно і позакінчував на подвір'ї децю»* (ч., Яблунівка).

Специфіка практики культурного споживання та відпочинку визначається не лише специфікою зайнятості, а й такими традиційними чинниками, як розмір села, територіальна віддаленість від культурних центрів та обмежені фінансові можливості мешканців.

Малі села практично не мають ресурсу для забезпечення культурних потреб у місці проживання, і їхні мешканці добре це усвідомлюють: *«В плані дозвілля та розвитку особистого, то в місті краще»* (ч., Яблунівка). У таких селах, як правило, обмаль можливостей для організації культурного споживання – немає клубу, бібліотеки, а інколи і школи, немає і комерційних об'єктів для здійснення необхідних дозвіллевих практик, наприклад кафе чи бару. У кращому разі *«біля магазину пристроєчка стоїть, 2 столика»* (ж., Дубина). Водночас раніше все це було доступно селянам: *«Раніше у нас такий Дім культури був. Не тільки молодь ходила, але і похилого віку. Такі фільми показували. Бібліотека була велика. Були дискотеки. Концерти були. Артисти приїжджали зі всієї України»* (ж., Яблунівка). Причому втрата культурних можливостей констатується не лише порівняно з радянськими часами, а й як результат децентралізації, до якої в цьому році додався коронавірус, що позбавило селян чи не єдиного великого нерелігійного свята – Дня села. Для малих сіл це здебільшого непересічна подія: *«Буде естрада. Люди все друг друга видят, все хочят, вийдеш в свет, посмотришь на людей»* (ж., Дубина). Це день, коли привозили концерт, для дітей ігри, горки, батуту, *«і саме головне, для молоді, що була дискотека»* (ж., Яблунівка).

Особливо болісно сприймається ситуація такої обмеженості стосовно дітей: *«Які розваги для дітей? Немає. Немає ні гуртків, ні клубів, ніяких секцій... Нема НІЧО-ГО!»* (ж., Ставок). Виїзди з метою культурного споживання також великою мірою пов'язані саме з дітьми: *«Щоб так конкретно без дітей, і вирватися не можу, щоб для себе піти, у той же самий театр. Ні, я була і в ляльковому театрі, а просто для себе не можу»* (ж., Дубина).

Головним осередком не віртуального, а реального культурного споживання є найближче місто. Наприклад, жителі Яблунівки чи Садка можуть дістатися туди за 15 хвилин і 10 гривень. Місто і приваблює, і водночас відлякує неконтрольованістю фінансових витрат: *«Хочеться все. Діти собі, ми собі. Гроші на вітер. Краще купити і десь сісти, чим до кафе піти. З кафе вийдеш, і грошей немає в кишені»* (ж., Яблунівка). Водночас треба розуміти, що це часто дуже невелике місто, в якому культурна пропозиція також обмежена, бо це *«тоже на самом деле большое село»*

(ч., Ставок). Насправді це місце, де *«можна погуляти та походити і сильно не витратити гроші»* (ч., Яблунівка).

Проблема фінансової обмеженості культурного споживання, як показало обговорення, є нагальною. Попри бажання й розуміння важливості культурного розвитку для дітей дозволити собі це можуть далеко не всі: *«Не кожне сільське дитя батьки в спроможі одвезти у Київ в Зоопарк. Це елементарно, але не всі можуть... брак фінансів, брак часу»* (ж., Ставок).

Виїзд до великого міста з точки зору культурного споживання має таку ж структуру, як і виїзд до невеликого містечка. Тільки йдеться не про прогулянку по парку, а про прогулянку по великому торговельному центру, де є і дитячий майданчик, і каток, і боулінг. Причому, зважаючи на фінансові обмеження, це екскурсія переважно суто ознайомчого характеру, *«нічого не скупляти, просто пройтись»* (ч., Дубина). Найбільш раціональні респонденти взагалі вважають це марною витратою часу та грошей: *«Я, в принципі, не любитель так ніде дуже... У клубах, кафе. Театрів отих я не люблю, мені там воно... Скажем так, я щитаю, що то гроші викинув на вітер»* (ч., Дубина).

Найбільший ресурс, який мають мешканці малих сіл у культурному плані, – це Інтернет. Попри обмеженість культурних пропозицій це не сприймається як відірваність від світу саме завдяки можливостям мережі: *«Інтернет є зараз. Не гірше, чим у місті, живемо»* (ж., Яблунівка); *«Я не сказав би, що село – воно деградоване. Маємо доступ до всього через Інтернет»* (ч., Ставок). Особливо важливо це з огляду на можливості для дітей: *«Діти вже з планшетами починають ходити»* (ч., Ключівка). Відсутність інтернету або поганий зв'язок розглядаються як втрата єдиного реального інструменту для їхнього розвитку: *«Як розвинути в селі? Ну нереально. Для дітей нема ніякого майбутнього. Нема того самого Інтернета»* (ж., Ставок). Водночас запит на розвиток культурного споживання в реальному, а не віртуальному світі досить скромний і обмежується бажанням мати місце, де можна буде посидіти і поспілкуватись (*«зробили б у нас тут хоча б якийсь бар»* (ч., Яблунівка).

Великі села мають певний власний ресурс для забезпечення культурних потреб. В усіх великих селах з нашого дослідження є Будинок культури, причому в деяких з опаленням, що забезпечує можливості функціонування цілий рік, всюди працюють гуртки, є навіть музична школа. Інколи можна зустріти і такі незвичні об'єкти, як 3D-кінотеатр чи сауна, проте популярні такі заклади серед певного обмеженого прошарку населення, на групах більшість присутніх навіть не чули про їх існування.

При будинках культури створюються самодіяльні колективи, співучі родини, проводяться конкурси. В одному із сіл є власний стадіон і футбольна команда. Як і в малих селах, як про особливу культурну подію згадують про День села, який відмічають з розмахом, навіть влаштовують феєрверк, як у Мирному. На відміну від малих сіл, куди артистів привозять, у великих у концертах беруть участь і самі мешканці: *«На день села завжди концерт великий і багато своїх односельців виступають і запрошують гостей»* (ж., Старий Лисець).

Проблеми з розвитком дітей хвилюють батьків у великих селах не менше, ніж у малих, але не тому, що їх немає, а тому, що немає достатньо великої пропозиції: *«Вот у меня мальчик, он не интересуется ни танцами, ни пением, он хочет футбол – футбола нет. Это надо везти в Мелитополь. Вот этого хотелось, развития для детей»* (ж., Терпіння). А інша мама хотіла б *«детскую кафешку, чтобы зайти, взять мороженое, детей повести»* (ж., Мирне).

Щодо Інтернету, то тут проблемою є скоріше не відсутність якісного зв'язку, а те, що діти проводять онлайн надто багато часу: *«Подивіться, зараз сніг, хто з дітей катається на горке, одиниці. А зараз що, телевизор. В інтернеті вони, телефон, комп'ютерні ігри»* (ж., Олександрівка).

Виїзди в місто з культурною метою також в основному пов'язані з бажанням щось показати дітям. Причому не обов'язково це театр чи якісь інші розваги. Інколи це просто знайомство з містом як таким: *«І мусиш кожен раз вивести. Як кажуть – вигуляти. Показати, що там той троллейбус є. Що той каток є, що на нього стати. Наприклад, каруселі, так само. Ці фонтани. В нас тут немає»* (ж., Довбиш).

Виявляється, що самі мешканці сіл не надто переймаються тим, що віддалені від міських закладів культури. На запитання про те, коли вони востаннє були в

кінотеатрі, можна було почути *«не були ніколи», «ще в 10-му класі», «не було бажання»*. Як правило, це просто відсутність потреби кудись їхати, щоб подивитися фільм, коли кіно і так можна подивитися по телевізору. Проте інколи така відмова раціоналізується й наводяться аргументовані пояснення на кшталт *«у них такої репертуар, що старшее, умное поколение не пойдет»* або *«ехать туда, чтобы посмотреть фильм за 50 рублей...»*. Місто приваблює молодь скоріше чимось незвичним, таким як аквапарк чи льодова арена, а старше покоління і взагалі не приваблює: *«Ми того не розуміємо. Молодь іде. Діти ідуть»* (ж., Старий Лисець).

Загалом нестача фінансових ресурсів і необхідність весь час присвячувати праці є типовою перешкодою для культурного споживання жителів села: *«Коли є гроші, то ти вже задумуєшся і за культуру і за то, і то. А коли ти думаєш, де заробити, то мені той концерт, який буде в неділю, не він у мене в голові»* (ж., Старий Лисець). Проте сам рівень матеріальної забезпеченості тут дещо вищий, ніж у малих селах. Принаймні жителі великих приміських сіл не будуть брати із собою бутерброди, а посидять у кафе, бо, як сказав один респондент: *«Ми не живемо вже на такі гроші»* (ч., Старий Лисець).

Для великих сіл доволі актуальною є нестача спеціальних місць, де можна було б зустрітися і поспілкуватися з друзями. Існують місця традиційних зборів і зустрічей. Інколи це місце біля будинку культури: *«Возле клуба сделали мемориальный комплекс, у нас очень много людей выходят туда отдыхать. У меня ребенок, 15 лет он ходит туда со своими друзьями»* (ж., Терпіння). Інколи це місцевий ринок: *«Что-то купить и обязательно пообщаться. Там даже кучка мужчин стоит, кучка женщин. Все о всех говорят, то да сё, пообщался, поговорил – домой»* (ж., Мирне). Однак не вистачає місць для того, щоб зустрітися і посидіти, поспілкуватися: *«Корефана встретит можно, ... А вот клубов нет, чтобы посидеть»* (ч., Мирне).

Отже, можна констатувати, що практики культурного споживання більшою мірою обмежуються особливостями сільського способу життя і ресурсами сіл, і меншою мірою – ресурсами самих селян. З точки зору особистісного попиту самих селян нестача такого роду практик скоріше є проблемою для дітей і молоді, для населення середнього та старшого віку це не надто актуально.

3.5. На перетині теоретичних моделей та практичних кейсів: стилі споживання в контексті різних способів життя селян

У ході проведених фокус-групових дискусій ми намагалися виокремити ключові ознаки габітусу постійного зв'язку із землею, визначити відмінності між його модифікаціями – габітусами «на землі» та «біля землі» й виокремити специфіку стилів споживання у селян з різною габітуальною спрямованістю.

Насамперед зробимо деякі уточнення щодо змістовної характеристики габітусів. Аналіз обговорень показав, що ключовим у габітуальному структуруванні поведінки є сам факт життя на землі. Габітус «на землі» пов'язує людину з працею на землі і зазвичай поєднується з відчуттям природності й бажаності сільського способу життя. Таке настановлення може передаватися емоційно як сукупність позитивних переживань: *«Я люблю природу села, люблю природу, у нас поряд луки, оту красоту – оце я люблю. Люблю ритися в землі, люблю виростити ту саму клубніку, люблю квіти, особливо лілії, яких в мене море. Із-за цього я й люблю в селі жити»* (ж., Дубина). У більш раціоналізованому варіанті оцінка спирається на якісь аргументи, головним з яких є те, що в місті нема чим зайнятися: *«У меня вот в городе квартира стоит под замком. И меня туда и не тянет. Потому что я пришел с работы здесь вот, дома, то пойду на огороде что-то поколупаюсь, то курятник подобью, от сарай там подделаю. А в квартире что, пришел с работы, сел в этот телевизор. И что? Мне кажется, что в селе намного легче жить, чем в городе»* (ч., Терпіння).

Причому такі ж аргументи наводять як чоловіки, так і жінки: *«В Полтаві живе сестра моя. Я приїду до неї. От я посиділа, час з нею побула – мені нада щось робить. Вона: “Ну, пішли в парк”. Жарище страшне, асфальт розкалений. Що там робить? Я не знаю. Вона: “Та ляж, полеж”. Я не можу. Мені треба щось робити. Хоть і важко в селі, важко, но все ж...»* (ж., Дубина).

Габітус «біля землі» для сільського жителя все одно передбачає роботу на землі, навіть за відсутності прямої необхідності виробляти щось для споживання. Причому ця «примусовість» має як внутрішню, так і частково зовнішню підтримку. З одного боку, у селян потреба працювати на землі формується в процесі соціалізації і

закріплюється як звична рутинна практика, з якою асоціюється не лише обов'язок, а й задоволення [Лінцова, 2014b, с. 134]. Як зазначає чоловік, що працює вахтовим методом (тиждень через тиждень): *«Я б собі мог дозволити нічого на землі не вирощувати. Но все одно, якось... Як кажуть, люблю землю, не люблю землю, но в принципі, мені нравиться в винограді ковирятися...»* (ч., Дубина).

З іншого боку, якщо ви живете на землі, то габітуально формується настановлення на те, щоб за нею доглядати, інакше на вас очікує груповий осуд: *«Якщо є город та не обробляється – ото вже так. Оце буде, деякі закиданочки. “Оце огород, та не може зробити!?”»* (ж., Довбиш). Те, як людина господарює на землі, є реальним важелем у формуванні не лише соціальної оцінки, а й самооцінки. Як зауважила одна з учасниць під час обговорення теми порівняння того, як хто працює на землі: *«А як добре сказати: “Тьфу, а я уже повисіював”»* (ж., Старий Лисець). Тому попри якісь внутрішні обмеження все одно якісь практики господарювання на землі обираються і реалізуються. Так, наприклад, вчителька, яка прямо каже про себе, що *«не працюю в плані не люблю копирсатися в городі чи збирати малину, чи сапати щось»* (ж., Корделівка) все одно має хобі, пов'язане з землею – у власному садочку розводить троянди.

Особливо рельєфно можна побачити структурувальну роль габітусу, коли вона не підкріплена від початку первинною соціалізацією. Якщо, як згадує одна з учасниць ФГД, *«у сім'ї ніколи і ніхто руками не працював у сільському господарстві»*, то і ставлення до господарювання на землі в цієї людини специфічне: *«Я теж не настроєна тримать велике сільське господарство, хоч я все це вмю. І через те, я вважаю, що для мене десь краще заробить гроші десь в іншому місці»* (ж., Довбиш). При цьому вона, як і всі, працює на землі, але це не приносить задоволення: *«Мене гнітить, що я кожні вихідні на городі, мене гнітить те, що ми не можемо кудись надовго поїхати, бо ми не можемо на когось оставити порося і курей»*. Головним залишається зовнішній чинник, але він не компенсує внутрішнього небажання: *«Я поважаю людей, які вмють себе забезпечувати. І я їм, можливо, співчую, чи не співчую...»* (ж., Довбиш).

Спробуємо тепер з'ясувати, як поєднуються габітуальні впливи зі стилями споживання. Аналіз безпосередньо стилів споживання має враховувати як соціальні, так і суто психологічні компоненти, тому найкращим способом дослідження було б проведення глибинних інтерв'ю з представниками груп, щодо яких ми попередньо запропонували моделі. Утім певні підтвердження щодо реального існування моделей на практиці може дати аналіз кейсів, які було виокремлено з текстів загальних фокус-групових дискусій. У процесі формування кейсу аналізувалися всі висловлювання учасника ФГД, якого попередньо було віднесено до того чи іншого стилю на основі типу зайнятості. Складність виокремлення полягає в тому, що стиль споживання на селі зазвичай формується в родині, члени якої мають різні типи зайнятості. Тому надалі для аналізу ми зосередилися на кейсах осіб, які є основними годувальниками, а отже їхній стиль споживання більшою мірою формується саме їхнім типом зайнятості¹². Розглянемо спочатку кейси, які репрезентують габітуальну модель «біля землі», до якої було віднесено стилі споживання «міських селян», сільських пенсіонерів, сільської інтелігенції і службовців, некваліфікованих найманих працівників, підприємців у сфері послуг і торгівлі в селі та родин заробітчан.

Гіпотетично ми припускали, що в групі «міські пенсіонери» мають бути представлені типи, характерні для групи з помірно невеликими ресурсами. Зважаючи на досить значну кількість сформованих моделей споживання та практичні обмеження у формуванні фокус-груп на селі залучити до їхнього складу представників цієї групи, яка не є надто чисельною, видавалося складним завданням. Проте в ході дослідження вдалося отримати опис типового кейсу «міського пенсіонера», що репрезентував один із типів, які ми й передбачали, – орієнтованого на дію *практика* (Makers).

Анатолій, колишній військовий, пенсіонер (с. Олександрівка, одружений, має двох дітей). Анатолій має підсобне господарство (дві корови, двоє телят). Спосіб життя є характерним поєднанням міських практик із сільськими. Це одразу видно в режимі дня. Підіймається о шостій, оскільки потрібно займатися художобю, але звечора «якщо в інтернеті залишився, так можеш там і заснути». Найбільшу

¹² У випадку «родин заробітчан» замість кейсу «годувальники» було проаналізовано кейс «представник родини».

зайнятість пов'язує з періодом травень–серпень. Водночас щороку намагається відпочивати на морі. На питання «чи могли б ви жити в місті?» відповідає – «легко», проте віддає перевагу праці на землі порівняно з можливістю поїхати кудись на заробітки: *«На заробітках можна заробити виразку, потім ті гроші, що заробляєш, йдуть на лікування»*. Сільське життя цінує за можливість мати більше спокою порівняно з життям у місті: *«Я тут не чую, що у мене сусід за стінкою робить. Це спокій. А чим старше, тим більше хочеться спокою»*. Водночас критично ставиться до бажання відгородитися від сусідів високими парканами, вважає, що головною причиною цього є заздрість.

Як типовий *практик*, респондент вважає, що головним джерелом успіху людини є наполеглива праця. Зміни у споживанні пов'язує з розвитком підприємництва, що приведе до поліпшення в наданні послуг: *«Як правило, на ринок уже не ходять, а ходять до магазину, ціни скрізь однакові, а на ринку влітку жарко, взимку примерзло все. Або пальто поміряти в 20 градусів на вулиці, або поміряти в теплому магазині»*. Дбає про якість, прагне отримувати корисне і практичне: *«Усе залежить від взуття, якщо купиєш дермантин, то він розлізеться так. Якщо за принципом, як в Америці, ми не настільки багаті люди, щоб купувати дешево. Якщо блискавка розійшлася на шкіряному взутті, навіщо купувати нове»*. Зайві гроші, якби вони з'явилися, спрямував би *«на облаштування житла та побуту»*. Практичне ставлення до споживання добре помітне у використанні Інтернету. Вважає, що *«за допомогою Інтернету можна заробити»*. На перший план висуває мотиви економічного характеру: *«...книги, як правило, дорогі, а на пенсію їх купити, плюс заплатити за дитину за навчання... Зараз в Інтернет заходь, що потрібно, те і скачав»*. Так само економічно зважає доцільність використання Інтернету для перегляду телепрограм: *«...якщо програму онлайн вмикати, то не в кожного тягне. Тому краще дивитися телевізор, ніж онлайн дивитися по Інтернету»*. На море їде *«куди ближче. Можна в Очаків, можна в Коблево, можна в Рибаківку, можна на Азовське море, Кінбурнську косу»*. Його споживча поведінка вкрай практична і несе на собі відбиток як міського, так і сільського способів життя.

У дослідженні представлено кілька кейсів «сільських пенсіонерів», проте як типовий ми обрали кейс із того самого села Олександрівка, що дає можливість порівняти різні стилі споживання, які розгортаються у представників різних типів у тих самих умовах життя. Гіпотетично ми припускали, що представники цієї групи обмежені в ресурсах і належать до *тих, хто виживає* (Strugglers). Їхній стиль життя спрямовано на задоволення потреб, а не на виконання бажань, тому вони не демонструють вираженої мотивації на статус, дії чи принципи. Загалом наші припущення підтвердилися, проте на прикладі цього кейсу можна побачити, як певні ознаки стилю виходять із теоретично означених меж.

Отже, Микола, пенсіонер (с. Олександрівка, має сім'ю). Має господарство, але на питання модератора *«чи велике воно?»* відповісти одразу не захотів. Однак потім визнав, що господарство дуже велике, повністю забезпечують власні потреби не лише в овочах, а й у м'ясі. Спосіб життя є типовим для селянина, що добре видно вже з режиму дня: *«Встаю в п'ять. Робити – не роблю, а не поспішаючи, а так до восьми господарство. В обід теж те саме, знову господарство, тому що корова, і ввечері те ж саме. Покормив, а так тоді телевізор. Якщо хороше кіно, то і до одинадцяти, і до дванадцяти ночі»*. На відміну від попереднього кейсу Анатолія не вважає, що зайнятість найбільша навесні та влітку. Бачить селянина зайнятим увесь рік: *«Хто хоче, той знаходить увесь рік роботу»*. На морі не був ніколи, а на запитання, чи міг би він жити в місті, відповідає *«ні»*.

Хоча ведення підсобного господарства є головним джерелом забезпечення споживання продуктів, мотивація Миколи складніша, ніж просто виживання. Він вважає, що самостійно вироблені продукти убезпечують від негативних наслідків вживання продуктів із ГМО¹³: *«Хто хоче зберегти своє здоров'я, той, у принципі, себе забезпечує... Хто ворог своєму здоров'ю, той готовий за свої гроші отраву купувати»*¹⁴.

¹³ ГМО – генетично модифіковані організми.

¹⁴ Зауважимо, що орієнтація на екологічний стиль споживання трапляється і в інших представників «міських селян». Наприклад, кейс Андрія (с. Ключівка, письменник, переїхав до села з обласного центру) підтверджує, що саме екологія є однією з причин вибору села як кращого місця для життя. Він вважає, що *«сьогодні, для того, щоб їсти більш-менш нормальну їжу, бажано самому виробляти цю їжу. Мається на увазі, виходити птицю, пити натуральне молоко, а не те, що магазинне»*. І справді, він тримає корову і не купує в магазині продуктів, навіть майонез робить сам.

На відміну від Анатолія, який убачає в розвитку ринкових стосунків запоруку поліпшення умов життя, Микола вважає їх несправедливими. Ті, хто досяг успіху, на його думку, зробили це не в результаті наполегливої праці, а через зв'язки. Натомість праця справжнього виробника знецінена. *«Закупник взяв (молоко) по рублю, на завод здав по два, завод переробив і пустив по п'ять, приїхали оптові бази, забрали по сім і в магазин – по вісім. І виходить, що один чоловік працював, а вісімнадцять гроші отримали до кишені. І ті, хто не працював, більше мають, ніж ті, що працювали».* Тому сам корову не тримає, а бере молоко в сусідів.

Відчуває себе в гіршому становищі, порівняно з міськими пенсіонерами, які повертаються в село: *«Там пенсію заробляють нормальну до 5000. Ось вони вже там заробили пенсію, пішли на дачі».* Вважає, що містяни живуть довше і мають кращий вигляд. Натомість селяни більшою мірою прив'язані до господарства. Для себе не бачить жодної іншої стратегії поліпшення становища, ніж постійно працювати. Стиль споживання дефіцитарний. Вважає, що його становище погіршилося порівняно з радянськими часами. *«Я постійно їздив Одеса–Москва. А зараз батьки померли, і з'їздити на батьківщину мені, треба віддати пенсію. А при радянському союзі я отримував 140 рублів, 6 рублів – туди, 6 – назад».*

Обмежують споживання не дефіцит товарів, а дефіцит доходів. Те, що не є предметом першої необхідності, наприклад побутова хімія, належить до товарів, від яких відмовляються в першу чергу: *«Якщо грошей немає, то не купують».* Статусної мотивації споживання немає, навпаки, є прагнення сховати від оточення своє матеріальне становище: *«У мене паркан високий. І якщо хтось заглядає у двір, мене аж тіпає».* Загалом Микола є типовим представником низькоресурсних груп і досить добре ілюструє тип *тих, хто виживає*.

До цього ж типу належать і некваліфіковані наймані працівники. Типовим представником групи є Микола (с. Старий Лисець, 47 років, проживає з дружиною, дітей не має). Працює в сільській раді різноробочим (збирає сміття), решту часу займається сільським господарством. Має корову, курей. Відповідно, у нього типовий сільський розпорядок дня, встає, *«коли треба».* Сезон саджання – травень і жовтень, але земля родить не дуже добре, піщана. Способи проведення дозвілля традиційні –

«файна компанія кожному неділю», гаджети вважає джерелом небезпеки, завдяки яким молоді люди «псують собі зір і розум». Типовий стиль сільського споживання сприймає кризь орієнтацію на статус, вважає, що люди, в яких з'являються зайві гроші, «одне на одного дивляться і точно таке собі роблять». Споживча поведінка прив'язана до місця проживання, ніякої потреби поїхати за чимось до обласного центру не відчуває.

Родини заробітчани належать до відносно високоресурсних у межах габітусу «біля землі». Гіпотетично ми припускали, що в цій групі можна очікувати відтворення крім орієнтованих на принципи *мислителів* (Thinkers) та орієнтованих на статус *успішних* (Achievers), представленості споживчого типу *шукачів нового досвіду* (Experiencers), оскільки вони мають можливість доступу до зразків споживчої поведінки, нетипових для тих, що поширені в місці їхнього постійного проживання.

У ході дослідження вдалося отримати лише один більш-менш повний кейс представниці цієї групи. Отже, Юлія (с. Старий Лисець, 27 років, живе з братом і бабусею, мама працює в Польщі). Здобула освіту, проте ніде не працює. Хоча постійно проживає в селі, веде нетиповий для селян спосіб життя. Режим дня взагалі не прив'язаний до будь-якої трудової активності – «я пізно лягаю, пізно просинаюся», якась діяльність, наприклад прибирання в домі, починається «в основному, десь в обід, коли приведу себе в порядок». Телевізор дивиться, щоб «чимось зайнятися на дозвіллі», але зауважує, що коли вмикає його в обід, так він і працює постійно до вечора. Не дуже любить Інтернет, але заходить туди двічі-тричі на день, улюблена соціальна мережа – Інстаграм.

Любить подорожувати, їздити за кордон. Останній раз їздила до Польщі по безвізу, «просто два місяці побула, попрацювала собі, ну, і відпочила». Цікавиться фотозйомками, але не з професійною метою, а «так, для душі, більше для себе». Незважаючи на статус безробітної, демонструє високий рівень вимог, мотиваційно орієнтована у споживанні на статус: «Раніше були якісь мрії, бажання, зараз – певна мета, до якої хочеться йти, хочеться чогось досягти. Там, квартира, машина (рахує на пальцях), там, уже потім заміж». У перспективі найближчих трьох років вважає,

що зможе заробити на власну квартиру. Загалом орієнтована на модель споживання по типу *успішних* (Achievers).

Підтвердилося наше припущення щодо представленості серед сільської інтелігенції і службовців різних типів споживачів. Попри відносно незначні матеріальні ресурси, в цій групі справді відбувається компенсація їхньої нестачі освітнім ресурсом, що створює сприятливі умови для формування стилю споживання, характерного для *інноваторів або шукачів нового досвіду*, яким властивий широкий спектр інтересів, відкритість для змін.

Типовим кейсом є, наприклад, соціальний працівник з університетською освітою Ірина (с. Довбиш, 30 років, незаміжня). Вона, очевидно, належить до типу селян, яких описує габітуальна модель «біля землі». Причомуцею габітус є типовим для сім'ї. Її мати працювала раніше на заводі з виробництва порцеляни, розташованому в селі. Ірина згадує, що вона посуд *«виписувала за рахунок зарплати собі. Та їхали із батьком на Білорусь. Або на Одесу»*. Отже, раніше праця на землі не була ключовим джерелом доходів. Проте зараз споживання сім'ї тісно залежить від праці на власних присадибних ділянках. Респондентка зазначає, що *«в цьому році нічого не купували, оскільки в нас город є, біля хати. І там, на одному полі 15 сотих, а на іншому – 20 сотих»*. Водночас обробка землі є лише допоміжним видом активності, оскільки *«ми його повністю все не садимо. Обираємо кожен рік, скільки там нам посадити»*. Причому працю на землі вона хотіла б зменшити, зазначає, що сама планувала б засаджувати менше, але *«мама зробить по-своєму»*. Разом з тим вільний час воліла б присвятити собі – *«в першу чергу привести себе в порядок. Це головне. А там вже в обідній час або ввечері почитати пресу або посидіти в Інтернеті»*. Останній використовує для того, щоб качати музику, дивитися фільми та збирати інформацію щодо роботи. Досить характерно, що на ФГД саме вона зазначила, що в селі з'явився 3D-кінотеатр на 20 місць, де квиток коштує 20 грн, про що решта учасників навіть не знала. Коли модератор під час обговорення попросила зазначити, що, на думку учасників, свідчить про зміни в сільському способі життя, Ірина звернула увагу на те, що в селі *«субкультури більше почало з'являтися. Діти в школу ходять, наприклад. То одягаються повністю, витримучи субкультуру готів»*.

У споживанні добре орієнтується в сучасних зразках, користується акціями в супермаркетах обласного центру, відвідує там центри дозвілля, хотіла б, щоб у селі відкрилися філії великих торгових мереж (конкретно називає мережу «Єва»), користується «Новою поштою». Водночас навряд чи можна говорити про те, що такий тип споживача буде в найближчий час активно поширюватися на селі. За словами самої Ірини, більшість її однокласників виїхали.

Представлений і тип *мислителів* (Thinkers). Представники цього типу схильні до розважливості, цінують порядок, знання, відповідальність і ясність мислення. Мислителі прагнуть до знань і схильні під час вибору товару до пошуку достатньої інформації про нього. Як приклад розглянемо кейс Людмили (с. Ставок, 49 років, заміжня, дорослий син живе окремо). Людмила із сім'ї службовців, і сама сільський службовець – працює в органах місцевого самоврядування. Габітус «біля землі» дуже виразний. Згадує, що у неї в сім'ї свій город був, але маленький, навіть *«капусту – і ту купляли на базарі»*. Після одруження потрапила до сім'ї з габітусом «на землі». Зараз має город і забезпечує себе власною городиною, але це – не результат її внутрішнього бажання. Прямо каже, що *«не настроєна тримати велике сільське господарство»*, хоча все вміє. У них не лише город, а й порося, але підкреслює, що його *«ЧОЛОВІК держить, не я»*. Від сільської праці не отримує жодного задоволення, навпаки, прив'язаність до неї пригнічує. У споживанні досить великий запит на нестачу в селі можливостей для розвитку. Говорить, що *«весь час страждала з приводу того, що я не можу дати дитині всього»*. Сину, який працює в Києві, каже, щоб не приїздив до неї часто: *«Навіщо? За кілограмом картоплі? Кажу, кудись підіть, десь побувайте, поки у вас немає дітей»*.

У споживанні орієнтована на якість товару і послуг. Рівень доходів не обмежує у виборі, одягається «не дешево». Досить розсудлива, орієнтується на функціональність і вартість покупки, якщо потрібна дорога річ, купує тільки в магазинах. Добре сприймає нові тренди, багато замовляє через Інтернет, але в основному косметику. Якщо йдеться про одяг та взуття, не схильна ризикувати, замовить лише щось дешеве – *«резинові балетки їхать на море за 100 гривень – без проблем. Навіть якщо вони так і не прийдуть – 100 гривень для мене не убиток»*.

Сільський спосіб життя має компенсуватися доступом до можливостей споживання у великому місті: *«Жити у селі, мати гарний транспорт, їхати по гарній дорозі 1,5 години до Києва – оце ідеально».*

Розглянемо тепер стилі споживання сільських мешканців у межах габітусу «на землі». Цю групу репрезентують самозайняті або наймані працівники агросектору з різними типами ресурсу. Серед самозайнятих найбільший ресурс для споживання мають фермери. Ми припускали, що за психографічним описом вони будуть близькими до типу *успішні* (Achievers), для яких характерним у споживанні буде орієнтація на статус. Водночас специфіка занятості може відтворювати у фермерів насичений стиль споживання – «можуть, але не хочуть» споживати більше.

Кейс фермера розглянемо на прикладі Анатолія (с. Ставок, 44 роки, одружений, має трьох дітей). За освітою агроном, займається тваринництвом і землеробством. Близькість до типу «Успішний» підтверджується чіткою орієнтацією на досягнення: *«Треба, щоб справа була улюбленою і прибутковою. А для того, щоб щось було прибутковим – просто треба знати технологічний процес, дотримуватися технологій. І тоді все буде виходити».* Повністю сконцентрований на роботі.

За орієнтаціями у споживанні орієнтований на дії, нікуди не їздить на відпочинок, хоча проблема не в нестачі ресурсу, бо активно подорожує дружина (*«у мене жінка, вона така любитель їздить»*). Мета – створити бізнес, який не потребуватиме постійної пильної уваги: *«Мені треба зараз працювати, працювати і працювати... Мій відпочинок – це якось дома відпочив, і все. Якщо, наприклад, у мене вийде якусь таку структуру створити, яка буде працювати автоматично, без моєї участі – тоді так, тоді я вже зможу відпочити. Може, у старості...».*

Статусність споживання простежується у прагненні користуватися всіма технологічними перевагами сучасного світу: *«У нас є мікрохвильовки, у нас є морозилки, холодильники, газ».* Село не сприймається, як щось, що має суттєві відмінності від міста саме через сучасні технології: *«Мені в селі жити подобається. Я не сказав би, що село – воно деградоване. Маємо доступ до всього через Інтернет».* Типовою практикою є покупки в супермаркеті у найближчому невеликому місті.

Анатолій каже, що дружина звідти *«все тягне»*. Активно практикують замовлення через Інтернет (Джум, Розетка) як для власних потреб, так і для ведення бізнесу.

Другу групу самозайнятих репрезентують селяни, які ведуть ОСГ для власних потреб. Ми припускали, що в цій групі мають бути представлені *споживачі, які виживають* (Strugglers), які обмежені в задоволенні базових потреб і дефіцитарний або нерозвинений типи сільського споживання. Однак серед учасників ФГД виявилася лише одна «чиста» представниця цього типу, яка не має інших доходів, окрім самозайнятості. Аналіз цього кейсу показав, що тут скоріше маємо поєднання дефіцитарного типу з типом іншої групи споживачів із низькими доходами – «віруючих», що представляють класичних передбачуваних споживачів. Отже, Ірина (с. Дубина, 50 років, заміжня, має 7 онуків, вирощує полуницю). Ведення ОСГ є необхідністю, хотіла б влаштуватися на роботу, але такої можливості в селі немає (*«так як у нас немає виробництва, куди можна було б влаштуватися на роботу, то природно, ми займаємося працею на землі, тому що якимось треба жити»*). Ось як вона описує свій типовий день: *«О 4-й ранку – підйом, на город. У мене 25 сотих полуниці. Упоралася по господарству, обдзвонилася, 7 онуків у мене, всіх обдзвонити, сказати всім доброго ранку, кого послати, кого направити. Це – в політиці речей. Обід приготувала, ввечері – знову на город. Поки мошка є, поки видно ще одним оком хоча б, ось і лазши на городі, бо його полоти треба. Усе»*. Фактично перед нами картина виживання, робота на ділянці триває з ранньої весни і до глибокої осені. Бачимо типову для представників цієї групи зосередженість на безпеці й відчутті неможливості щось змінити: *«В Україні ми нікому не потрібні, якщо взяти. Кому йдуть вже 40, ти навіть на засраний інкубатор вже не підеши. Що нам робити?»* Причому дефіцитарність підсилюється обмеженими можливостями для ведення самого ОСГ через малу земельну ділянку: *«У мене ось 25 сотих, немає ні картоплі, ні цибулі, у мене нічого немає, там суцільна полуниця. Там пересадила, там переорала, там садити, просто ніде землі взяти»*. Тримала раніше корову, але після того, як зникли луки, де випасали худобу, мала від неї відмовитися.

Відпочиває Ірина, як і більшість мешканців села, на ближньому озері. За продуктами і товарами їздить до Полтави, бо *«там дешевше набагато»*. Однак

елементи поведінки споживачів типу «віруючих» проглядаються в її ставленні до вибору продуктів споживання. Головним орієнтиром є не лише ціна, а й співвідношення ціни та якості. Характеризуючи споживання, Ірина зауважує, що *«зараз вибирають кращі фірми, вони між собою, так би мовити, змагаються. Через це вибирають, люди теж не дурні, все пробують»*. На її думку, *«все одно, в магазині смачніше, ніж вдома»*. Характерним є пошук товару, який задовольнив би власні смаки, наприклад, майонез тільки фірми Торчин, а кава лише Nescafe: *«Nescafe. Більше ніякого. Пробувала всяку каву, не підходить»*.

Взагалі орієнтована на магазини у місті через те, що *«в нас у магазині немає нічого доброго»*. Це стосується не лише продуктів, а й придбання одягу. Водночас постійно бере товари і продукти у місцевому магазині «під запис»: *«Ми постійно скуповуємося. Там же не просто я прийшла з вулиці, дайте мені. Якщо ти постійний клієнт у магазині, і тебе щоб не втратити, тобі в борг дадуть»*.

Проте все ж таки в Ірини переважають риси, характерні для представників типу споживачів, що виживають. Зокрема, добре проглядається потреба у безпеці. Покупки через Інтернет, хоча й вигідні, але відлякують, *«бо на OLX все є, але небезпечно»*. У цілому можна вважати, що наші припущення щодо психологічного типу споживачів цієї групи загалом мають право на існування.

Нарешті, до аналізованої габітуальної групи належать наймані аграрні працівники. У межах цієї групи ми виділяли стиль споживання найманих аграрних працівників вищої та середньої ланки, які відрізняються переважно величиною ресурсів для здійснення стилю споживання.

Для ілюстрації стилізації аграрних працівників вищої ланки звернемося до кейсу Петра (с. Яблунівка, 48 років, ветеринар і завідуючий фермою). Теоретично представники цього типу мали бути близькі до *споживачів, які досягають (Achievers)*, для яких високий рівень ресурсів поєднується з орієнтацією на статус. Оскільки для них важливий імідж, у споживанні вони орієнтовані на престижні товари та послуги, які демонстрували б їхній успіх оточенню.

Орієнтація на досягнення, характерна для цього типу, простежується у респондента досить виразно. Робота є пріоритетом, тому відпустка в основному

присвячена роботі: *«На два дні всього на Десну з'їздили відпочили. Відпустка так і пройшла»*. Разом з тим він демонструє найширший діапазон практик дозвілля – проводить відпустку на річці, подорожує в міста не лише у справах та за покупками, але відвідує концерти, екскурсії: *«Ми їздили на Сорочинську ярмарку на один день. На концерт в Бровари на Олега Винника їздили. На один день можна ще вибратися»*. Цей тип споживання добре репрезентує тих, хто *«хоче більше і може більше»*, ніж односельці. Він має вищі домагання порівняно з іншими респондентами, разом з тим у нього і вищі ресурси для здійснення споживання (фінансові, часові, інформаційні, психологічні тощо). Наприклад, під час обговорення питання продажу землі зауважує, що *«по тих цінах, що вони зараз пропонують, можна і купити. Гектар – 1000 доларів, як приклад, то це не так і дорого»*. Цей респондент має вищу освіту, його практики вже більшою мірою належать до «благородних» зон споживання, які пов'язані з рідкістю і більш високим капіталом.

У межах запропонованої моделі стилів споживання Петро ілюструє насичений тип споживання, з високим ресурсом та орієнтацією на самоствердження. У споживанні він спрямований на зовнішню оцінку і підтвердження статусу та має принципові орієнтації, для нього важливі не лише ціна товару, а й цінність бренду, особливі унікальні характеристики. Знає назви брендів супермаркетів, звертає увагу на якість: *«Різниця ж є в АТБ куплять продукти і в NOVUS? Є різниця в продуктах, правильно. Якщо в АТБ два дні до терміну реалізації, а там все свіже. Ну і вибір зовсім інший, можливо, не для всіх воно і треба, але вибір там вже інший»*.

Представники найманої аграрної праці середньої ланки, за нашими припущеннями, мали бути психологічно близькими до типу «віруючі» споживачі (Believers). Їх характеризує невисокий рівень ресурсів та орієнтація на принципи. Це передбачувані споживачі, які віддають перевагу знайомим продуктам та усталеним маркам.

На одній із ФГД були працівники дослідної станції АГРО, що дало змогу виокремити і проаналізувати відповідний кейс. Отже, Володимир (с. Ставок, 50 років, науковий співробітник дослідної станції АГРО, діти навчаються в Києві). Як і більшість мешканців, поєднує роботу на станції з веденням особистого господарства

(«основне – то це робота. Ну, і так же вдається, як і у всіх – то це городи»). Тому фактор сезонності впливає на зайнятість: «Зима трохи наче легша». На прикладі цього кейсу добре видно, як непереборно діє габітус «на землі». Володимир добре розуміє, що особливих раціональних підстав для ведення ОСГ у нього немає, але очевидним є, що його поведінку структурує саме те, що структуровано групою: «Ну, якось соромно не посадити... Тоді оце бур'янами заросте, що люди скажуть... “Ага, той не зорав”, “Той там не просіяв”, “Той не прополов”, а “Той жуків не поприбирав”... А так, ну... Багато на цьому не заробиш». У споживанні досить консервативний. Як і всі мешканці, користується супермаркетом у найближчому місті, але купувати все прагне в магазині. Наприклад, верхній одяг купує також у найближчому місті, якщо немає хорошого вибору, може поїхати до обласного центру. Інтернетом для покупок не користується: «Я нічого не замовляю. То діти. Якщо треба щось купити – то вони. А де? Я не знаю». Проте картками користується без остраху: «Якщо то треба у Форі – то так. Страху немає». Відпочинок також має традиційний характер: «Гриби – як є коли. Ну, так більше десь-шось в Інтернеті переглянути, книги почитати».

Отже, коротко підсумуємо проведений нами якісний аналіз кейсів. Хоча в процесі рекрутування не ставилося завдання охопити всі виділені групи сільських працівників, майже всі вони виявилися представленими серед учасників. Проаналізовані кейси виявилися досить різними і дають підстави говорити про існування стильових відмінностей у споживанні, які можна виокремлювати, спираючись на існуючі наразі психографічні типології. Можна констатувати, що тип зайнятості певним чином пов'язаний із стилем споживання і впливає на формування варіативних стилів у межах загального сільського способу споживання. Однак це лише попередня розвідка, і виявлення особливостей сільських стилів споживання потребує подальшого вивчення.

ВИСНОВКИ

У дисертації запропоновано розв'язання наукової проблеми, яка полягає в невідповідності суперечливих теоретичних трактувань щодо розуміння та соціологічної інтерпретації стильового різноманіття реальних споживацьких практик і поведінки мешканців сіл в умовах докорінних змін у сучасному сільському способі життя та неузгодженості методологічного інструментарію, який ґрунтується на цих трактуваннях, що потребує суттєвого переосмислення ключових дослідницьких категорій та наукового обґрунтування концептуального конструкту стилю споживання як показника трансформації сучасного стилю життя сільських мешканців.

Запропоновано підхід до опису простору повсякденних споживчих практик у стильових, просторових та ситуаційних координатах. Перші координати надають можливість об'єднувати розгляд споживчих практик із повсякденним життям груп сільських мешканців. Ситуативні координати надають можливість прослідкувати традиційні та інноваційні споживчі практики, а просторові - дозволяють розглядати простір споживчих практик за аналогією із простором стилів життя та виокремлювати зони споживання (Бурд'є).

Доведено, що перехід від провідної форми зайнятості в сільськогосподарському виробництві до багатоукладної експліцитної сільської економіки з комбінаціями форм зайнятості та розвитком нових форм зайнятості, поряд зі зростанням пропозиції для купівлі товарів на селі і включенням сільських мешканців до загального простору споживання, зокрема через Інтернет та служби доставки, допомогли усунути дефіцитарність сільського споживання і прискорили запозичення нових норм, смаків, зразків споживання. Перехід від моностилю до полістилізму у споживанні сільських мешканців розглянуто в історичному контексті, в порівнянні споживання радянського і сучасного села.

Операціоналізацію й моделювання сільських стилів життя і сільських стилів споживання здійснено в культуральному в габітуальному вимірах. Використання культурного виміру дало можливість розглянути зокрема процес поєднання елементів

традиції і модерну в конструюванні сільського стилю життя і запропонувати типологію перехідних стилів (стиль життя максимально віддалених сіл, стиль життя пересічних сіл, стиль життя у приміських селах).

Конструкт стилю життя сільських мешканців концептуалізовано через категорію габітусу, що дало підстави обґрунтовувати взаємозв'язок між соціальною структурою суспільства, стилем життя і характером споживання. Селянин формує і наслідуює стилі життя через габітуальний вплив соціальної групи, до якої належить або до якої тяжіє відповідно до форм зайнятості.

Виокремлено габітус «на землі» як габітус нерозривного особистісного зв'язку із землею, габітус «біля землі», в межах якого зв'язок на індивідуальному рівні зберігається, але втрачає імперативність, і габітус «від землі», де індивідуальний зв'язок із землею втрачається.

Аналіз комплексу показників способу життя на основі їхньої реконструкції з попередніх досліджень села допоміг виокремити цілу низку ознак специфічно сільського способу життя та позначити напрям його трансформації на основі змін форм зайнятості населення. Доведено, що вже сама логіка розгортання досліджень сільських спільнот дає підстави говорити про те, що специфіка села як досліджуваного об'єкта, а отже і специфіка способу життя сільських мешканців, потребує об'єднання соціоструктурного, соціокультурного та економічного підходів і комбінації в таких дослідженнях кількісних і якісних методів збору даних.

З метою комплексної характеристики сучасного сільського способу життя до попередньо виявлених показників додані *оцінки способу життя*, які розгортаються у таких індикаторах, як задоволеність життям, уявлення про успіх, характер міжособистісних стосунків і комунікації (соціальна дистанція, ідентичність, довіра оточення), мовні практики, ціннісні орієнтації тощо. Так, здійснено операціоналізацію змісту поняття сільського способу життя і опис його феноменології, адаптовано її для вивчення інструментами соціологічних досліджень. Дієвість і можливість застосування показників продемонстровано у статистичних спостереженнях та на наявному емпіричному матеріалі моніторингу Інституту соціології НАН України.

У результаті розроблено аналітико-теоретичну модель стилів споживання сільських мешканців, яка поєднує такі показники, як а) характеристики способу життя; б) габітуси сільського життя; в) ресурси для здійснення споживання, які має сільська спільнота і сам селянин; г) індивідуальні орієнтації у споживанні; д) авторська типологія стилів споживання, в якій представлено насичений, розвинений, дефіцитарний та нерозвинений типи сільського споживання.

У ході емпіричної верифікації моделі підтверджено, що різні конфігурації ресурсів визначають спосіб життя сільських спільнот; виявлено специфіку бюджету часу й ритму життя сільських мешканців та їхній вплив на споживання, виокремлено характерні ознаки споживчих практик селян у просторі міста й визначено характер та можливості розширення простору споживання. Показано, що для дослідження формування споживчих практик селян варто застосовувати на сучасному етапі аналіз споживчої поведінки в координатах «хочу» та «можу», адже стильові відмінності ще не виокремлюються чітко.

Спираючись на запропоновані моделі сільських стилів життя, розглянуто сільський споживчий габітус і підтверджено існування специфічних конфігурацій споживчих орієнтацій і практик у межах різних форм зайнятості, що підтверджує існування різних стилів споживання у представників різних груп сільської спільноти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Американская социология: перспективы, проблемы, методы. Москва: Прогресс. 1972. 392 с.
2. Андреева А.А. Гедонистическое потребление: некоторые понятийные рамки. 2011. URL: <http://luxurytheory.ru/2011/10/gedonisticheskoe-potreblenie/> (дата звернення: 23.06.2013).
3. Ануфриева Р.А. Стиль жизни личности: теоретические и методологические проблемы. Киев, 1982.
4. Артемов В.А. Село 90-х годов: тенденции изменения повседневной деятельности работающего населения. *Социологические исследования*. 2002. № 2. С. 61–70.
5. Арутюнян Ю.В. Опыт социологического изучения села. Москва: Издательство МГУ, 1968. 104 с.
6. Арутюнян Ю.В. Социальная структура сельского населения СССР. Москва: Главная редакция социально-политической литературы, 1971. 376 с.
7. Афанасьевский В.Л., Краснов С.В. Потребление как феномен культуры. *Философия культуры: межвузовский сборник научных статей*. Самара, 1995. С. 46–54.
8. Ахиезер А.С. Между циклами мышления и циклами истории. *Общественные науки и современность*. 2002. № 3. С. 122–132.
9. Багоцци Р.П. Социальная психология потребителя. Москва: Academia, 2008. 272 с.
10. Балабанов Г.В., Кобзев А.Н., Семенченко Г.В. Трансформация структуры сельскохозяйственного производства Украины: региональный аспект. Москва: ИАРР, 2000. 32 с.
11. Батыгин Г.С. Концептуальная модель образа жизни и система показателей. *Общественные науки*. 1981. № 2.
12. Бауман З. Индивидуализированное общество. Москва: Логос, 2005.
13. Бевзенко Л. Стили жизни переходного общества. Киев: Институт социологии НАН Украины, 2008. 144 с.

14. Бевзенко Л. Жизненный успех, ценности, стили жизни. *Социология: теория, методы, маркетинг*. 2007. № 4. С. 132–151.
15. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну; пер. с нем. В. Седельника, Н. Фёдоровой. Москва: Прогресс–Традиция, 2000.
16. Бестужев-Лада И.В. Содержание и структура категории образа жизни. *Теоретические и методологические проблемы исследования образа жизни*. Москва, 1979.
17. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – Москва: Культурная революция, Республика, 2006. 269 с.
18. Бех М.В. Монографічне дослідження села в етнології: історія та подальші перспективи. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Серія: Історія та географія*. 2012. Вип. 45. С. 35–39. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnpu_ist_2012_45_11.pdf
19. Бондаренко Л.В. Формирование социальной структуры села. Москва: Советская Россия, 1987. 207 с.
20. Большая советская энциклопедия. 3-е изд. Москва: Советская энциклопедия, 1975. Т. 20.
21. Борисенко В. Культура повсякдення села Хижинці (1950–1960-і рр.) / Ін-т мистецтвознавства, фольклористики та етнології імені М. Т. Рильського НАН України. Київ: Дуліби, 2014. 143 с.
22. Будлянський М. Мешканці чернігівських сіл їздять на заробітки до Києва. *Gorod.cn.ua: портал Чернігова*. 2009. 10 березня. URL: <http://www.gorod.cn.ua/news/gorod-i-region/8282-meshkanci-chernigivskih-sil-yizdjat-na-zarobitki-do-kieva.html>
23. Буравой М. Транзит без трансформации: инволюция России к капитализму. *Социологические исследования*. 2009. № 9. С. 3–12.
24. Бурдые П. Структура, габитус, практика. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1998. № 2. С. 44–60.
25. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения. *Экономическая социология*. 2005. Т. 6. № 3. С. 25–48.

26. Бутенко А.П., Ципко А.С., Киселев В.П. Социалистический образ жизни (методологические проблемы исследования). Москва, 1975.
27. Ван Атта Д.А., Гончарук О., Перротта Л. Українське село на зламі століть: соціологічний та антропологічний зріз. Київ: Скарби, 2001. 164 с.
28. Вебер, М. Класс, статус и партия / М. Вебер // Социальная стратификация. – М. : ИНП РАН, 1992. – Вып. 1. С. 19-38
29. Вебер М. Положение сельскохозяйственных рабочих в Восточноэльбской Германии. *Социологические исследования*. 2005. № 2. С. 121–128. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/153/352/1216/015.WEBER.pdf>
30. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму; пер. з нім. О. Погорілого. Київ: Основи, 1994. 261 с.
31. Веблен Т. Теория праздного класса. Москва: Прогресс, 1984. 367 с.
32. Виноградский В.Г., Виноградская О., Никулин А.М. Жизнь Любы Курановской: семья, хозяйство, бюджет. *Социологические исследования*. 2002. № 1. С. 61–76.
33. Возьмитель А.А. Социальные типы фермеров и тенденции развития фермерского движения. 1994. С. 44–50 URL: http://ecsocman.hse.ru/data/874/694/1217/005_vozmitel.pdf
34. Возьмитель А.А. Реконцептуализация социологического подхода к изучению способа жизни. 2017. С. 55–64. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rekontseptualizatsiya-sotsiologicheskogo-podhoda-k-izucheniyu-obraza-zhizni/viewer>
35. Воронич К.М. Активізація підприємницького потенціалу сільських територій регіону. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 6. С. 131–136.
36. Гантер Б., Фернхам А. Типы потребителей: введение в психографику; пер. с англ., под ред. И.В. Андреевой. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 304 с.
37. Глухих А. Ю. Социология потребления в контексте акционистской парадигмы. *Экономическая социология*. 2007. Т. 8. № 2. С. 24–40 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-potrebleniya-v-kontekste-aktsionistskoy-paradigmy/viewer>

38. Головаха Е.И., Панина Н.В. Интегральный индекс социального самочувствия (ИИСС): конструирование и применение социологического теста в массовых опросах. Киев: Институт социологии НАН Украины: Стилос, 1997. 63 с.
39. Головаха Е., Панина Н. Постсоветская деинституционализация и становление новых социальных институтов в украинском обществе. *Социология: теория, методы, маркетинг*. 2001. № 4. С. 5–22.
40. Гончарук О. Інформаційний простір поселенських структур в Україні. *Моніторинг соціальних змін*. Київ: Інститут соціології НАН України, 2006.
41. Гончарук О. Соціальні проблеми реформування аграрного сектору національної економіки. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2001. № 4. С. 133–144.
42. Гончарук О.С., Максимюк А.С. Приватизація сільськогосподарських підприємств в Україні. Київ: Інститут соціології НАН України, 2000. 274 с.
43. Грінченко Г., Реброва І., Романова І. Усна історія в пострадянських дослідницьких практиках. *Україна Модерна: міжнародний часопис*. 2014. 30 жовтня. URL: <http://uamoderna.com/md/grinchenko-rebrova-romanova-oh>
44. Грунт З.А. Урбанизация и территориальная общность. *США глазами американских социологов*. Москва: Наука, 1982. С. 91.
45. Денежное обращение в СССР в 1986–1991 годах (ведомственные материалы). *По страницам архивных фондов центрального банка Российской Федерации*. Москва: Центральный банк Российской Федерации. 2011. Вып. 12. 121 с.
46. Добрякова М.С. Исследования локальных сообществ в контексте позитивизма, субъективизма, постмодернизма и теории глобализации. *Социология*. 2001. № 13. С. 31.
47. Додонова М.В. Особисті підсобні господарства сільських жителів Криму: стан, перспективи розвитку: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.07.02. Сімферополь: Кримський державний аграрний університет, 2000. 16 с.
48. Донченко Е. Социологический образ жизни и всестороннее развитие личности. Киев, 1979.
49. Донченко Е.А. Потребление и развитие личности (социально-психологический анализ). Киев, 1982.

50. Донченко Е.А., Сохань Л.В., Тихонович В.А. Формирование разумных потребностей личности. Киев, 1984. 222 с.
51. Євсюков Т.О., Ковальчук І.П. Дослідження сучасного стану сільських територій: підходи, алгоритми, методи. 2012. URL:
http://www.zsu.org.ua/2/index.php?option=com_content&view=article&id=1607:2011-04-07-13-57-41&catid=75:2011-03-16-12-34-53&Itemid=112
52. Жила Т.І Мотив протиставлення міста селу в українській літературі. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2010. Вип. XXIII. Ч. 3. С. 104–110.
53. Залесский П.К. Мировой и российский опыт типологии потребителей по стилю жизни. *Маркетинг и маркетинговые исследования*. 2002. № 5. URL:
http://www.grebennikov.ru/mark_research.phtml; [grebennikon.ru/author-113.html](http://www.grebennikov.ru/author-113.html)
54. Заславская Т.И. К вопросу о методологии изучения и прогнозирования социально-экономического развития деревни (обоснование замысла исследовательского проекта). *Социально-экономическое развитие села и миграция населения*. Новосибирск, 1972. 193 с.
55. Зиммель Г. Социальная дифференциация. Социологические и психологические исследования. *Избранное. Т. 2: Созерцание жизни*. Москва: Юристъ, 1996. С. 301–465.
56. Зиновьев Ф.В., Додонова М.В. Методика изучения личных подсобных хозяйств и их влияния на сельский образ жизни. Симферополь: Таврия, 1999. 35 с.
57. Зовнішня трудова міграція населення України: звіт / заг. ред. Український центр соціологічних реформ; Державний комітет статистики України. Київ, 2009. URL:
<http://www.openukraine.org/ua/programs/migration/research-program/>
58. Зоська Я.В. Суспільство споживання в Україні: соціологічна рефлексія: автореф. дис. ... д-ра соціол. наук : 22.00.04; Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2012. 40 с.
59. Зоська Я.В. Суспільство споживання та соціальні практики споживачів в Україні. Запоріжжя: КПУ, 2011. С. 350.
60. Зоська Я.В. Суспільство споживання: український контекст. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. 2011. Вип. 17. С. 325–328.

61. Злобіна О.Г. Від «homo soveticus» до «homo ukrainicus». *Соціологічний аналіз сучасних соціокультурних процесів*: колективна монографія; наук. ред. В.В. Танчер. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2017. 287 с.
62. Злобіна О. Тенденції змін поведінкових стратегій різних соціально-демографічних груп. *Українське суспільство 1992–2010. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг*; за ред. В. Ворони, М. Шульги. Київ: ІС НАНУ, Азбука, 2012. С. 299–306.
63. Злобіна О., Соболева Н. Інтереси та особистісні стратегії життя в перехідному суспільстві. *Соціальні інтереси в контексті соціокультурної модернізації*; за ред. О. Злобіної. Київ: Інститут соціології НАНУ, 2011. С. 271–289.
64. Ушакин С.А. Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита. *Социологический журнал*. 1999. № 3/4.
<https://cyberleninka.ru/article/n/kolichestvennyu-stil-potreblenie-v-usloviyah-simvolicheskogo-defitsita/viewer>
65. Иванова И.Н. Стиль потребления как социальный процесс и способ идентификации: социологическая интерпретация. Саратов: ПМУЦ, 2004. 512 с.
66. Ілляш І.Д., Ткач Д.В. Соціально-економічний розвиток поселень агропромислового регіону в умовах трансформації суспільства: монографія. Тернопіль: Астон, 2013. 204 с.
67. Ильин В.И. Креативный консюмеризм как тренд современного общества потребления. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2011. Т. XIV, № 5 (58). С. 41–55.
68. Ильин В.И. Поведение потребителей: учебное пособие. Сыктывкар, Сыктывкарский университет, 1998.
69. Ильин В.И. Потребление как дискурс. Санкт-Петербург: Интерсоцис, 2008.
70. Ионин Л.Г. Идентификация и инсценировка (к теории социокультурных изменений). *Социологические исследования*. 1995. № 4. С. 3–14.
71. Інструкція щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 6-сільрада «Окремі показники розвитку сільських, селищних, міських рад у галузі

- сільського господарства на 1 січня 200 __ року» № z0740-05 від 1 січня 2018 року
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0740-05#Text>
72. Какие зарплаты в аграрном секторе. 2019. *Цензор.НЕТ*. URL: https://biz.censor.net/columns/3076943/kakie_zarplaty_v_agrarnom_sektore
73. Калугина З.И. Личное подсобное хозяйство сельского населения: проблемы и перспективы. Новосибирск: Наука, 1984.
74. Калугина З.И., Фадеева О.П. Инновационные процессы в аграрной сфере. *Всероссийский экономический журнал*. 2010. № 10. URL: http://www.econom.nsc.ru/econo/arhiv/ReadStatiy/2008_10/Kalugina.htm
75. Кобилинська Т.В. Статистичне оцінювання структури сільськогосподарської діяльності підприємств: вплив зональності. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2018. № 1–2
76. Кононов И.Ф. Самоидентификация субъекта и топология дискурсивных пространств. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Соціологічні науки*. 2013. № 23(3). С. 268–272.
77. Коос С. Объясняя этическое потребительское поведение в Европе (эмпирические данные по 19 странам). *Экономическая социология*. 2009. Т. 10. № 2.
78. Котлер Ф. Основы маркетинга. Москва: Вильямс, 2007. 656 с.
79. Крачковський Б. Радгоспи у системі тоталітарного одержання сільського господарства України. *Другий міжнародний конгрес українців. Доповіді і повідомлення. Історія*. Львів: АН України, МАУ, 1994. Ч. 2. С. 76–81.
80. Крилова І.Г. Демографічні характеристики трудового потенціалу сільського населення України. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2011. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/xmlui/handle/123456789/891>
81. Куценко В.И. Социалистический образ жизни и всестороннее развитие личности. К., 1979.
82. Лановіюк Л.П. Радянський міф про українське село: інструменти маніпуляції історичною пам'яттю. *Сторінки історії: збірник наукових праць*. Вип. 46. URL: http://history-pages.kpi.ua/wp-content/uploads/2018/10/46_10_Lanoviuk.pdf
83. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. Санкт-Петербург: Питер, 2003. 368 с.

84. Левыкин И.Т., Бабин Б.А., Рейзема Я.В. [и др.] Общее и особенное в образе жизни социальных групп советского общества / отв. ред. И.Т. Левыкин; АН СССР, Институт социологических исследований. Москва: Наука, 1987.
85. Ленин В.И. Полное собрание сочинений. 5-е изд. Москва: Издательство политической литературы, 1971. Т. 1.
86. Либин А.В. Стиль человека: психологический анализ. Москва: Смысл, 1998. 310 с.
87. Липсиц И. Трансформация культуры и изменения в моделях потребительского поведения. *Вопросы экономики*. 2012. № 8. С. 64–79.
88. Лінцова Н.Ю. Диференціація сільських стилів життя в умовах соціальних трансформацій. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*. 2015. Вип. 36. С. 68–74.
89. Лінцова Н. Зміни у способі життя та стилі споживання селян (кейс сіл Терпіння та Мирне). *Соціальні виміри суспільства: збірник наукових праць*. 2019. № 11 (22). С. 383–401.
90. Лінцова Н. Категорія споживання: контекстуальний аналіз. *Соціальні виміри суспільства: збірник наукових праць*. 2013. № 5 (16). С. 380–391.
91. Линцова Н.Ю. Модели стилей потребления в трансформирующихся обществах. *Социологический альманах: сборник научных статей / Институт социологии НАН Беларуси; под ред. И.В. Котлярова [и др.]*. Минск, 2014а. Вып. 5. С. 197–205.
92. Липовецки Ж. Эра пустоты. Очерки современного индивидуализма /Жиль Липовецки. – СПб.: «Владимир Даль», 2001. – 330 с.
93. Лінцова Н.Ю. Трансформація українських селян: сільський спосіб життя і форми трудової поведінки. *Polska i Ukraina w dobie transformacji. Współpraca transgraniczna, innowacje, edukacja i rozwój społeczno-gospodarczy*. Пшемишль, 2014б. С. 129–141.
94. Лінцова Н.Ю. Форми трудової поведінки селян: результати соціологічного дослідження сільського способу життя. *Грані*. 2014с. № 8. С. 69–76.

95. Лінцова Н.Ю. Ціннісні орієнтації українських селян в умовах соціокультурних трансформацій. *Соціальні виміри суспільства: збірник наукових праць*. 2014d. № 6 (17). С. 241–252.
96. Магун В.С. Революция притязаний и изменение жизненных стратегий молодежи: 1985–1995 годы. *Интернет-издание: Институт социологии РАН*. Москва: Изд-во Института социологии РАН, 1998. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/524/700/1219/1_Prityazania_VVEDENIE.pdf (дата звернення: 23.06.2013).
97. Магун В., Руднев М. Жизненные ценности населения: сравнение Украины с другими европейскими странами. *Украинское общество в европейском пространстве*; под ред. Е. Головахи, В. Макеева. Київ: Суспільство, 2007. 246 с.
98. Максименко А. О. До проблеми побудови типології споживачів у контексті споживчих виборів. *Соціальні технології*. 2010. № 48. С. 134–140.
99. Маликова И.Ю. Влияние результатов деятельности личных хозяйств на уровень жизни сельского населения. *Экономика и управление*. 2006. № 4. С. 55–59.
100. Марков І., Бойко Ю., Бондаренко М., Іванкова-Стецюк О., Селещук Г., Якуб'як А. На роздоріжжі. Аналітичні матеріали комплексного дослідження процесів української трудової міграції (країни Європейського Союзу та Російська Федерація). Львів, 2009. 260 с.
101. Мастинець М.В. Соціальні детермінанти споживацької поведінки в сучасному суспільстві: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціол. наук : спец. 22.00.04 «Спеціальні та галузеві соціології». Харків, 2009. 19 с.
102. Матусевич В. Поселенська структура як чинник соціальної диференціації. *Українське суспільство 1992–2012. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг*; за ред. В. Ворони, М. Шульги. Київ: Інститут соціології НАН України, 2012. С. 220–228.
103. Мельник С.В., Ретівцев І.В. Проблеми зайнятості сільського населення України / ред. Ю.В. Косинська. Луганськ: ДУ НДІ СТБ, 2011. 64 с. URL: Режим доступу: http://www.lir.lg.ua/docs/zanjatost_sela_2011.rar

104. Методологические проблемы системного изучения деревни. Новосибирск: Наука, 1977.
105. Методология и методика системного изучения советской деревни / отв. ред. Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина. Новосибирск: Наука, 1980.
106. Миграция сельского населения / под ред. Т.И. Заславской. Москва: Мысль, 1970.
107. Михайльова К., Шкурапет Н. Потенціал використання понять «спосіб життя» та «стиль життя» для соціологічного аналізу практик щодо індивідуального здоров'я. *Соціологічні студії*. 2020. № 1 (16). С. 64–74 (DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2020-01-64-74>).
108. Міга В. К. Асиметричність положення суб'єктів ринку праці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2012. № 748. С. 327–331. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2012_748_48
109. Мураховська В. 50 тисяч гривень можна заробити на заготівлі яблук. *Gazeta.ua*. 2012, 16 серпня. URL: https://gazeta.ua/articles/economics/_50-tisyach-griven-mozhna-zarobiti-na-zagotivli-yabluk/451019
110. Музиченко А.С., Булавка Л.В. Особисті селянські господарства в системі суб'єктів аграрного ринку. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки*. Т. 1. Вип. (2)5. С. 179–184. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.1/179.pdf>
111. Мурниек Э.Э. Сельский образ жизни в период развитого социализма: на материалах Латвийской ССР. Рига: Зинатне, 1985. 211 с.
112. Мусієздов О.О. Місто як уявлена спільнота. *Вісник Львівського університету. Серія: Соціологія*. 2010. Вип. 4. С. 178–182. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/sociology/article/view/1730/1793>
113. Мухина М.К. Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка на основе психографических типов. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2000. № 3. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-3/01.shtml>

114. Набруско І.Ю. Стилi споживання та статусна нерiвнiсть в умовах сучасної України. *Методологiя, теорiя та практика соцiологiчного аналізу сучасного суспiльства*. 2010. Вип. 16. С. 373–376.
115. Набруско І.Ю. Соцiокультурнi особливостi споживчої поведiнки як категорiї соцiологiчного аналізу. *Психологiя i суспiльство: український теоретико-методологiчний соцiогуманiтарний часопис*. URL: <http://pis.wunu.edu.ua/index.php/uapis/article/view/616/616>
116. Народное хозяйство РСФСР в 1975 году: статистический ежегодник. Москва, 1976. 499 с.
117. Населення України. Трудова емiграцiя в Україні. Київ: Інститут демографiї та соцiальних дослiджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2010. 233 с.
118. Наявнiсть у домогосподарствах товарiв тривалого користування (за даними вибiркового опитування домогосподарств у жовтнi 2018 року): статистичний збiрник. *Державна служба статистики України*. Київ, 2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/04/zb_NTTK_2018.pdf
119. Несiльськогосподарська зайнятiсть в сiльській мiсцевостi України. *Інститут економічних дослiджень та полiтичних консультацiй*. 2012. URL: http://www.ier.com.ua/files/publications/Policy_papers/German_advisory_group/2005/U13_ukr.pdf
120. Нолл В. Трансформацiя громадянського суспiльства. Усна iсторiя української селянської культури 1920–30 рокiв. Київ: Центр дослiджень усної iсторiї та культури РОДОВIД, 1999. 559 с.
121. Овруцкий А.В. Потребление как функция культуры. Известия БГУ. 2011. №5. С. 220-225 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potreblenie-kak-funktsiya-kultury>
122. Осипов Г.В., Староверов В.И. Село Копанка в измерении трех эпох. Исследовательский проект Г.В. Осипова, В.И. Староверова. Москва: Вече, 2014. 544 с.
123. Откуда берутся и сколько зарабатывают агрономы. 2012. URL: <http://forbes.ua/magazine/forbes/1336401-otkuda-berutsya-i-skolko-zarabatyvayut-agronomu>

124. *Парыгин Б.Д.* Советский образ жизни и социально-психологические проблемы формирования личности. Киев, 1975.
125. Пачковський Ю.Ф., Максименко А.О. Споживча поведінка українських домогосподарств: монографія. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 292 с.
126. Пачковський Ю.Ф., Хоронжий А.Г., Коваліско Н.В. та ін. Соціологія і психологія: навч. посіб.; за ред. Ю.Ф. Пачковського. Київ: Каравела, 2009. 760 с.
127. Планування і забудова сільських поселень, Державні будівельні норми України, ДБН Б.2.4-1-94, Мінбудархітектури України, Київ 1994. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0006307-94#Text>
128. Пост фестум. Спроба дослідження села на другий день після від'їзду з нього Президента. *Texty.org.ua*. 2011. 10 травня. URL: http://texty.org.ua/pg/article/newsmaker/read/32745/Post_festum_Sproba_doslidzhenna_s_ela_na_drugyj
129. Петрушина Т.О. Социально-экономическое поведение населения Украины в условиях институциональных перемен. Киев: Институт социологии НАН Украины, 2008. 544 с.
130. Петрушкина Е.В. Социальное конструирование стилей потребления студенческой молодежи : социолого-управленческий аспект : автореф. дис. ... канд. социологических наук: Москва, 2006
131. Прибиткова І. Трудові мігранти у соціальній ієрархії українського суспільства: статусні позиції, цінності, життєві стратегії, стиль і спосіб життя. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2002. № 4. С. 156–157.
132. ИльПрокопенко О.В., Троян М.Ю. Поведінка споживачів: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 176 с.
133. Присяжный, М. Ю. Социально-географические исследования сельской местности в России. Молодой ученый. — 2011. — № 4 (27). — Т. 1. — С. 127-133. — URL: <https://moluch.ru/archive/27/2901/>
134. Про особисте селянське господарство: Закон України № 742-IV 15 серпня 2020 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/742-15#Text>

135. Про перетворення окремих колгоспів у радгоспи: Постанова Ради Міністрів УРСР № 559 від 26 листопада 1982 року. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/559-82-%D0%BF>
136. Про упорядкування сільської поселенської мережі, поглиблення принципів місцевого самоврядування у сільській місцевості та сприяння деурбанізації народонаселення: Проект Закону України № 4028 від 5 лютого 2009 року. URL: <http://ligazakon.ua>
137. Проблеми сільських територій: науково-допоміжний покажчик за 2008–2013 рр. в кількості 362 документів українською та російською мовами / уклад. Л.П. Полозенко. Київ: НУБіП України, 2013. 34 с.
138. Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы. *Социологические исследования*. 2005. № 1. С. 5–18.
139. Резнік В.С. Соціально-психологічне моделювання поведінки покупців у процесі маркетингової діяльності: монографія. Кам'янець-Подільський: Абетка-Нова, 2001. 220 с.
140. Резнік О. Соціальний статус і володіння власністю в Україні: соціально-психологічні аспекти. *Вектори змін українського суспільства*; за ред. В. Ворони, М. Шульги. Київ: Інститут соціології НАН України, 2014. С. 100–109.
141. Рогожин О.Г. Демографічні перспективи українського села: історичні передумови, регіональний аналіз і моделювання. Київ: Ін-т проблем національної безпеки, 2004. 296 с.
142. Романюк І. Радгоспи України в соціально-економічній системі держави (кінець 50-х – 60-ті роки ХХ ст.). *Проблеми історії України: факти, судження, пошуки: міжвідомчий збірник наукових праць*. 2003. Вип. 9. С. 320–331. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/50671/15-Romaniuk.pdf?sequence=1>
143. Рощина Я.М. Социология потребления: учебное пособие. Москва: ГУ-ВШЭ, 2007.
144. Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 688 с.

145. Саєнко Ю., Рогожин О. Соціальні виміри поселенської структури (досвід соціальної паспортизації). Київ: Інститут соціології НАН України, 2011. 275 с.
146. Самооцінка домогосподарствами України рівня своїх доходів (за даними вибіркового опитування домогосподарств у січні 2018 року): статистичний збірник. *Державна служба статистики України*. Київ, 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_sdurd2017pdf.pdf
147. Самооцінка домогосподарствами України рівня своїх доходів (за даними вибіркового опитування домогосподарств у січні 2013 року) : стат. збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2013. 76 с.
148. Сергиенко А.М., Калугина З.И., Родионова Л.В., Фадеева О.П., Муронова И.Ю. Экономическое поведение населения и социальные эксклюзии на сельском рынке труда. *Социальная политика: реалии XXI века*. Вып. 2. Москва: Поматур, 2004.
149. Ситуація на зареєстрованому ринку праці та діяльність Державної служби зайнятості. Аналітична та статистична інформація. *Державний центр зайнятості*. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analitics/68>
150. Сільське господарство України 2016. *Державна служба статистики України*. Київ, 2017. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/07/Arch_sg_zb.htm
151. Скотт Дж. Моральная экономика деревни. *Неформальная экономика. Россия и мир* / под ред. Т. Шанина. Москва, 1999. С. 541–544.
152. Скотт Дж. Оружие слабых: обыденные формы сопротивления крестьян и крестьяноведение. *Теория. История. Современность: ежегодник* / под ред. В. Данилова, Т. Шанина. Москва, 1996. С. 26–59.
153. Советская социология / под ред. Т.В. Рябушкина, Г.В. Осипова. Москва: Наука. 1982. Т. 2. С. 53–81.
154. Согомонов А.Ю. Феномен «революции притязаний» в культурно-историческом контексте. *Экономика, социология, менеджмент: федеральный образовательный портал*. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/542/700/1219/8_Prityazania_SOGOMON.pdf
155. Социальная траектория реформируемой России. *Исследования Новосибирской экономико-социологической школы* / ред. кол.; отв. ред. Т.И. Заславская, З.И. Калугина. Новосибирск: Наука. Сиб. предприятие РАН, 1999. 736 с.

156. Социальные показатели образа жизни советского общества: Методологические проблемы / отв. ред. И.В. Бестужев-Лада. Москва, 1980.
157. Социология потребления (Corrigan P., The sociology of Consumption / пер. В. Горелов). *Хрестоматия к курсу лекций «Социология потребления»*. 2002. URL: <http://consumers.narod.ru/book/corrigan.html>
158. Соціальні виміри поселенської структури (досвід соціальної паспортизації) / відп. ред. Ю. Саєнко, О.Г.Рогожин. Київ: Інститут соціології НАН України, 2011. 275 с.
159. Староверов В. И. Сельская социология. Москва: РМЦ ИСПИ РЛН. 2003. С. 29.
160. Староверов В.И. Социально-демографические проблемы деревни. Методология, методика, опыт анализа миграции сельского населения. Москва, 1975. 287 с.
161. Стиль життя: панорама змін / за ред. М.О. Шульги. Київ: Інститут соціології НАН України, 2008.
162. *Струков Э.В.* Социалистический образ жизни. Москва, 1977
163. Схід/Захід: Іст.-культ. зб. Вип. 11–12: Спец. вид.: Усна історія в сучасних соціально-гуманітарних студіях: теорія і практика досліджень / за ред. В. Кравченка, Г. Грінченко. Харків: ТОВ «НТМТ», 2008. 432 с.
164. Тарасенко В.И. Социология потребления: методологические проблемы. Киев: Наукова думка, 1993. 166 с.
165. Тарасенко В.І., Сакада М.О. Українське село: ризик зникнути. *Українське суспільство: Двадцять років незалежності: Соціологічний моніторинг*. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2011. Т. 1: Аналітичні матеріали. С. 395–407.
166. Тарасенко В., Москві О., Сараєва Н. та ін. Аграрна реформа в Україні (Соціологічна діагностика) / за ред. В. Тарасенка. Київ: Інститут соціології НАН України, 1998. 214 с.
167. Татаревский М.С. Уровень жизни сельского населения: оценка и направления улучшения: монография. Одесса, 2007. 298 с.
168. Теннис Ф. Общность и общество. Основные понятия чистой социологии / пер. с нем. Д.В. Скляднева. Санкт-Петербург: Владимир Даль, 2002. 448 с.

169. Томас В., Знанецкий Ф. Крестьянская семья: Польша начала столетия. *«Великий незнакомец»*. *Крестьяне и фермеры в современном мире* / сост. Т. Шанин. Москва, 1992. С. 38–44.
170. Троцук И.В., Давыденкова Е. Феномен этического консьюмеризма: специфика социологической интерпретации и особенности современного бытования. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*. 2015. № 1. С. 65–81.
171. Тьоніс Ф. Спільнота та суспільство. Основні поняття чистої соціології. Київ: Дух і літера, 2005. 262 с.
172. Україна Модерна. Число 11/2007 – тема номера «Усна історія». *Україна Модерна: міжнародний часопис*. 2011. 7 жовтня.
URL: <https://uamoderna.com/arkhiv/46-11>
173. Українське суспільство 1992–2008: соціологічний моніторинг /за ред. В. Ворони, М. Шульги. Київ: Ін-т соціології НАН України, 2008. С. 607.
174. Ульяновченко Ю. Державне регулювання аграрного ринку в країнах ЄС і США: досвід для України. 2007. URL: <http://194.44.242.244/e-journals/DeVu/2007-2/doc/5/05.pdf>
175. Усна жіноча історія. Повернення: Історіографія сільських жінок в контексті суспільно-історичних факторів радянського і перехідного періодів. Київ: ЖЦ «Спадщина», 2003. 292 с.
176. Фернхем А., Хейвен П. Личность и социальное поведение; пер. с англ. Н. Мальгина. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 368 с.
177. Философский энциклопедический словарь. Москва: Советская Энциклопедия, 1983. 840 с.
178. Ханенко-Фрізен Н. Проект «Усна історія деколективізації в Україні 1990-х рр.: селянський досвід». *Український історичний журнал*. 2008. № 2. С. 210–212.
179. Хрестоматия по социологии потребления / сост. Я.М. Рощина. Москва: ГУ-ВШЭ, 2004.

180. Хутка С.В. Проблема вимірювання рівня соціальної адаптованості особистості: визначення ключового індикатора. *Наукові записки. Т. 70: Соціологічні науки*. 2007. С. 27–33.
181. Цирель С.В. Рыночная экономика и типы потребления. *Экономический вестник Ростовского государственного университета*. 2004. Т. 2. № 1. С. 45–58.
182. Шанин Т. Перспективы исследования крестьянства и проблема восприятия параллельности общественных форм. *Крестьяноведение: Теория. История. Современность. Ежегодник*. 1996.
183. Шанин Т. Рефлексивное крестьяноведение и русское село. Москва: МВШСЭН, 2002. 588 с.
184. Шатохін А. Зміни у соціальній структурі українського села у перехідний період. *Економіка АПК*. 2001. № 6. С. 106–112.
185. Шатохін А. Огляд соціологічної літератури з проблем аграрного реформування та соціального розвитку села. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2000. № 3. С. 145–152.
186. Шатохін А.М. Соціальна мобільність сільського населення в суспільстві, що реформується. *Грані*. 2001. № 1. С. 57–65.
187. Шатохін А. Українське село: поселенська мережа в регіональному аспекті. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2002. № 1. С. 180–189.
188. Шепотько Л., Прокопа І., Максим'юк О., Гудзинський С., Полонський В. Село: сучасна політика і стратегія розвитку. Київ: Інститут економіки НАН України, 1997. 329 с.
189. Шульга Н.А. Великое переселение: репатрианты, беженцы, трудовые мигранты. Киев: Ин-т социологии НАН Украины, 2002. 700 с.
190. Шульга М.О. Збій соціальної матриці. Київ: Інститут соціології НАН України, 2018. 284 с.
191. Югас Е.Ф., Мікловда В.П. Розширення несільськогосподарського сегмента економіки – об'єктивна основа розвитку трудового потенціалу села. *Університетські наукові записки. Часопис Хмельницького університету управління та права*. 2007. Вип. 3. С. 151–154.

192. Ядов В.А. Социология в России. Этапы эволюции социологии села в 20–80-е годы. *Социология в России* / под ред. В.А. Ядова. 2-е изд., перераб. и доп. Москва, 1998. 696 с. URL: http://society.polbu.ru/yadov_sociology/ch44_iii.html
193. Яковлева А.А. Потребительский ретретизм: альтернативный стиль жизни в обществе потребления. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2011. Т. XIV, № 5 (58). С. 182–192.
194. Arensberg, C. A. and Kimball, S. T. *Family and Community in Ireland* (2nd. edn. 1968). Oxford: Oxford University Press, 1940.
195. Bell C., Newby H. *Community Studies*. London: George Allen and Unwin Ltd., 1971. P. 283.
196. Berreman G. Scale and Social Relations. *Gurrent anthropology*. 1978. Vol. 19. No. 2, June. P. 225–245. URL: <http://www.escholarship.org/uc/item/5qh7b8ct#page-16>
197. Brooks D. *Bobos in Paradis: The New Upper Class and How They Got There*. New York, London, Toronto, Sydney: Simon and Schuster, 2000b. 284 p.
198. Campbell C. *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Writers Print, 2005. 301 p.
199. Dennis, F., Henriques, F. & Slaughter, C. *Coal is our Life. An analysis of a Yorkshire mining community* (2nd. edn. 1969). London: Tavistock, 1956.
200. Earl P. *Lifestyle Economics: Consumer Behavior in a Turbulent World*. New York: St. Martin's Press, 1986.
201. *Encyclopedia International*. New York, 1903–1967. V. 5.
202. Featherstone M. *Consumer Culture and Postmodernism*. SAGE. London, 1991.
203. Galpin C.J. *The social anatomy of an agricultural community*. 1915. URL: <http://www.iira.org/clc/Galpinanatomy.pdf>
204. George L. K. Subjective Well-Being: Conceptual and Methodological Issues // *Annual Review of Gerontology and Geriatrics*. 1981. № 2. P. 345–382.
205. Khanenko-Friesen N. Oral History Project "Decollectivization in Ukraine in the 1990s: Rural Perspectives and Experiences", paper presented at Fourth Annual Danyliw Research Seminar in Contemporary Ukrainian Studies University of Ottawa (Canada), October 23–

- 25, 2008. URL: www.ukrainianstudies.uottawa.ca/pdf/P_Danyliw08_Khanenko-Friesen.pdf
206. Lawson R., Sarah T. Consumer Lifestyles: A Social Stratification Perspective. *Marketing Theory*. 2002. No. 2. 295 p.
207. Lerner D. The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East. URL: https://archive.org/stream/in.ernet.dli.2015.118860/2015.118860.The-Passing-Of-Traditional-Society_djvu.txt
208. Markides S. Kyriakos. Quality of Life // Encyclopedia of Sociology. Second Edition / Edgar F. Borgatta (ed.-in-ch.). V. 4. Macmillan Reference USA, 2000. – P. 2299-2309. – P. 2304.
209. McCracken G. Culture and Consumption. Bloomington (IN), 1990.
210. Peter J.P., Olson J.C. Consumer behavior and marketing strategy. 6th ed. New York: McGraw-Hill Companies, Inc., 2002. 582 p.
211. Singh P. Consumer Culture and Postmodernism in Postmodern Openings. 2011. Year 2, No. 5, Vol. 5, March. URL: <http://postmodernopenings.com/wp-content/uploads/2011/04/6-Consumer-Culture-and-Postmodernism.pdf>
212. Sorokin P.A., Zimmerman C.C., Galpin C.J. A Systematic Source Book in Rural Sociology. Lightning Source Inc, 2007. Vol. 1.
213. Sorokin P.A., Zimmerman C.C. Principles of rural-urban sociology. New York: H. Holt, [1929].
214. Tönnies F. Gemeinschaft Und Gesellschaft (1887). Kessinger Publishing, LLC, 2010. 326 S.
215. Yankelovich D., Meer D. Rediscovering Market Segmentation. *Harvard Business Review*. 2011. No. 1–11. URL: http://www.viewpointlearning.com/wp-content/uploads/2011/04/segmentation_0206.pdf

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

Гайд для проведення фокус-групової дискусії

Привітання модератора, мета дослідження: мене звати Надія, я аспірантка Інституту соціології НАН України. Розробляю тему сільського способу життя і досліджую явище споживання. У рамках роботи над дисертаційним дослідженням проводжу такі бесіди і збираю анкети в різних куточках України, в різних селах. Ваше село було обране й погоджене науковцями як типове за важливими ознаками (віддаленість до міста, кількість мешканців, структура зайнятості населення).

Перед проведенням дискусії я збрала певні офіційні відомості про село (структура зайнятості населення, економічні показники), сьогодні подивилася на школу / клуб / пошту / лікарню / фельдшерський пункт / дороги. Після проведення дискусії я ще проведу певний час у Вашому селі й аналізуватиму те, що почула і побачила. Проте моє основне завдання – дізнатися Ваші враження від найважливіших економічних змін останніх років, зрозуміти, як змінився спосіб життя, як формуються цінності сучасних сільських мешканців. Не говоримо про політику, говоримо про реальне життя людей у селі. Часовий проміжок, який нас цікавить, – це зміни останніх років, враження і відчуття від сьогоднішнього дня.

Правила поведінки: почути одне одного, поважати одне одного, всі думки важливі, конструктивна критика, не перебивати одне одного. Відео- та аудіозйомка. Конфіденційність. У мене є певний план запитань, за якими рухатимемось під час дискусії.

Знайомство: техніка тет-а-тет (швидке знайомство і презентація сусіда навпроти).

1. ВЕДЕННЯ ОСОБИСТОГО ПІДСОБНОГО ГОСПОДАРСТВА, 30 хвилин

Завдання блоку: чи залишається ведення особистого підсобного господарства обов'язковим елементом сільського способу життя. Чи важливо самозабезпечувати

себе продуктами. Чи сприймаються доходи від реалізації продукції як дохід. Які стратегії з традиційного сільського способу життя залишаються актуальними. Економічні обміни, взаємодопомога сусідів / родичів. Перевірити концепцію моральної економіки й орієнтацію на уникнення ризиків.

1. За рахунок чого живуть люди у Вашому селі зараз? Що роблять, щоб заробляти більше грошей? Які ще способи заробітків існують, як їх можна поєднувати? *Зондувати: 1) робота на землі; 2) виїхати на заробітки; 3) шукати роботу в місті; 4) поєднувати.*
2. Як вплинув карантин на практики заробіток – наведіть приклади – що змінилось?
3. Хто зміг заощадити в карантин, позбутися частини витрат?
4. Хто з Вас має особисте підсобне господарство?
 - Вирощуєте овочі \ тримаєте худобу більше чи менше, ніж 2 роки тому?
 - Забезпечуєте себе овочами повністю? Що купуєте? Наступного року плануєте вирощувати більше чи менше?
 - Забезпечуєте себе м'ясом: вирощуєте, купуєте чи обмінюєте?
 - Молоко, сир/творог, масло: тримаєте корову/козу, купуєте чи обмінюєте в сусідів?
5. Скільки годин у день Ви працюєте по господарству – на городі? Від чого це залежить? Пригадайте, коли – в які місяці – працюєте максимально багато? Наведіть приклади? О котрій годині прокидаєтесь? Коли заходите до хати ввечері? Коли лягаєте спати? Чи маєте відпочинок посеред дня?
6. Що змінилось у тому, як ви проводите вільний час в останні роки? Які з'явилися нові умови для дозвілля? Для Вашої родини життя стало більш-менш... яким?
7. Паї: чи розподілені паї у вашій місцевості? Самостійно обробляти землю чи здавати в оренду – що вигідніше? Скільки отримуєте за пай? Грошима чи продукцією?
8. Зараз більше їздять продавати надлишки продукції в місто чи менше? Чому, що змінилося?

Зондувати: спеціалізації на конкретному типі продукції, діяльність «перекупщиків».

9. Бартер: чи поширене в селі таке явище, як взаємодопомога під час ведення господарства (не грошима, а іншими послугами/товарами)?
10. Чи об'єднуються, кооперуються люди разом для ведення господарства? Наприклад, зорати город і потім отримати частку врожаю або віддати надлишки овочів для вигодовування худоби? Наведіть приклади останніх років, якщо такі були.

1.1. ДОДАТКОВО – ПРОДАЖ ЗЕМЛІ: 2020 рік

11. Закон про зняття мораторію на продаж сільськогосподарських земель: хто ЗА, хто ПРОТИ? Підніміть руки – підтримуєте чи ні, а далі вже обговоримо детально аргументи «за» і «проти».
12. Як фактично вплинув закон про зняття мораторію на продаж сільськогосподарських земель на Вас особисто? Як вплинув на Вашу родину? Як вплине на Ваше село?
13. Для тих, у кого є земля: що будете робити з землею наступного року?
14. Спрогнозуйте, як зміняться практики використання землі селянами після вступу закону в дію? Прицінитесь і продасте? Купите в сусідів? Орендуватимете більше?
15. Навіщо люди продаватимуть землю – ... щоб що? Щось купити? Наведіть приклади типових таких мотивацій продажу землі.

Зондувати:

- *продам, бо набридло / важко обробляти / не вигідно?*
- *продам, бо достатньо заробляю – мені легше купити ту картоплю, ніж саджати?*
- *продам, бо немає грошей – на що? Побудувати будинок? Зробити ремонт? Купити смартфон? Поїхати відпочити?*

2. ПРОСТІР СПОЖИВАННЯ В СЕЛІ, 20 хвилин

Перевірити гіпотези: споживання добового циклу – замкнене в селі, масштабніші потреби й особливо послуги – задовольняються поза сільським простором. Довший цикл життя речей (речі не викидають, а ремонтують).

16. РИНОК: чи є у Вашому селі речовий ринок? Коли він працює?

17. МАГАЗИНИ В СЕЛІ: скільки магазинів у Вашому селі? Які магазини кращі за інших? Чому? Які товари там купуєте?

- *Відвідати і зробити фото.*
- *Перевірити, чи є у спонтанних реакціях фактор ціни та критерії, за якими обирають магазини.*

18. МАГАЗИН «БІЛЯ ДОМУ» (на подвір'ї сусідів): Які товари там купуєте? Як часто?

19. «МАГАЗИНИ НА КОЛЕСАХ», автолавки: Які товари там купуєте? Як часто?

20. СУПЕРМАРКЕТИ: Чи часто мешканці вашого села бувають у супермаркетах у місті? Де найближчий хороший супермаркет? У кого є дисконтні картки? А хто частіше буває, аграрні родини, родини заробітчани чи родини тих, хто працює у місті. Чому?

21. СЕКОНД-ХЕНД: чи є секонд-хенд у вашому селі? Попит на одяг для роботи, для домашнього вжитку? Чи можна підібрати більш святковий одяг?

22. ЛЮДИ ПРИВОЗЯТЬ НА КОМЕРЦІЙНІЙ ОСНОВІ: чи привозять у Ваше село одяг з фабрики / від виробників / від тих людей, хто працює на фабриках. Наведіть приклади. *Перевірити актуальність: «білоруський трикотаж», білизну.*

23. ІНДИВІДУАЛЬНЕ ПОШИТТЯ: чи шиєте одяг? Шити – це модно / не модно, вигідно?

24. ЗНАЙОМІ / РОДИЧІ / СУСІДИ ПРИВОЗЯТЬ СПЕЦІАЛЬНО ПІД ЗАМОВЛЕННЯ: Наведіть приклади. Отже, де радите купувати верхній одяг так, щоб це була виправдана ціна, гарний вигляд і якість?

Зрозуміти типологію ринку/магазинів і специфіку купівлі

(спланована/імпульсивна, сезонність у доходах, орієнтація на знижки / запланована купівля восени, коли не сезон).

25. КАТАЛОГИ: чи має хтось досвід замовлення за каталогами, коли товари надходять поштою (одяг, взуття, побутові товари, косметика, подарунки)? Що замовляли?

- *Перевірити досвід з каталогами: bonprix, OTTO, neckermann, Avon, MaryKey, Oriflame, Faberlic, «Інститут Богомольця» тощо.*

26. ІНТЕРНЕТ: чи має хтось досвід купівлі товарів через Інтернет? Хто чув про таке? Які товари купують? Що думаєте з цього приводу?

27. ТЕРМІНАЛИ ДЛЯ РОЗРАХУНКІВ: чи є у Вашому селі термінал? Чи користуєтесь? Чому? Як поповнюєте мобільні телефони?

28. ПЕРУКАРНЯ: Чи є перукарня в селі? Користуєтесь? Скільки коштує підстригтись? Чи є перукарі, які працюють на дому? Звертаєтесь за послугою до знайомих/сусідів? Жінкам – манікюр: користуєтесь у селі чи їздите в місто? Чому?

29. ПОБУТОВІ ПОСЛУГИ: ремонт одягу, ремонт взуття – в селі чи везете в місто? Чи є хімчистка в селі, користуєтесь? Чому? Як Ви вважаєте, хто частіше ремонтує взуття і одяг – сільські мешканці чи містяни?

3. ПРОСТІР СПОЖИВАННЯ В МІСТІ, 20 хвилин

Перевірити гіпотези: зростання інтересу до нових форматів торгівлі (КаБаРе, ТРЦ в місті).

30. Як часто Ви їздите в місто на закупи (зрозуміти, яке місто типове для закупки)? Скільки часу/грошей займає поїздка до міста?

31. Для кожного з Вас особисто – **які причини найчастіші для поїздки в місто?** Наведіть приклади.

Зондувати, якщо не сказано:

- *покупки;*
- *продаж/реалізація товарів особистого підсобного господарства на ринку; перевірити – чи стали їздити рідше, чому;*
- *лікування, здоров'я;*

- спілкування / в гості до друзів, родичів, знайомих;
- у справах (довідки), по роботі;
- дозвілля: чи відвідуєте **кіно, концерти** в місті, мітинги? Наведіть приклади;
- відпочинок: чи відвідуєте ви кафе, піцерії або заклади громадського харчування у місті?

32. Які покупки Ви зазвичай робите в місті? Чому? Які вигідніші? Приємніше купувати?

- **Мобільні телефони:** де купуєте? Де купують молодші члени родини?
- **Побутова хімія:** що купуєте в місті, що в селі? Чи стали купувати нові мийні засоби, яких не купували раніше. Чи відвідували магазини на зразок «Космо» / «ДЦ» в місті?
- **Косметика, догляд за зовнішністю** (косметика, креми, шампуні, фарба для волосся, леза для гоління).
- Велика й великогабаритна **побутова техніка** (пральні машини, холодильники) – чи є доставка в село, везете самостійно?

33. Чи змогли б Ви особисто жити в місті? Що відрізняє за характером сільських мешканців від міських?

34. **Як ставляться до споживання товарів і послуг мешканці міста? На що вони витрачаються? У чому різниця? Наведіть порівняння.**

4. СТРУКТУРА ЗАЙНЯТОСТІ, 10 хвилин

Завдання блоку: структура зайнятості в селі, джерела офіційних прибутків, майнове розшарування.

35. одні селяни ставали багатішими, ніж інші? *Зондувати: яка подія, причина?*
36. Працевлаштування за наймом: де в селі можна знайти роботу і влаштуватися офіційно, з трудовою книжкою?
37. Скільки у Вашому селі самозайнятих? Скільки фермерів?
38. Які з цих місць роботи найпривабливіші? Куди Ви радили б іти працювати?

39. Скільки людей у Вашому селі стоять у центрі зайнятості й отримують соціальну допомогу? Скільки ніде не працює і не має жодних офіційних фінансових доходів? Скільки пенсіонерів?
40. Чи було таке, що служба працевлаштування відмовила ставити на облік когось із мешканців села, аргументуючи це тим, що в людини є земельний пай?
41. У які роки люди у Вашому селі були найбільш занепокоєні власним фінансовим становищем? Порівняйте за власними відчуттями 1991, 2001, 2011, 2020 роки?

5. ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ЗА КОРДОНОМ, 10 хвилин

Завдання блоку: стиль споживання заробітчан.

42. Чи виїжджають люди з Вашого села на заробітки? Наведіть найтипівіші приклади. Серез умовних десяти хто поїхав – куди, скільки? В інші країни чи в інші міста України? На тривалий термін (прибирання, догляд за літніми людьми) чи на сезон (сільськогосподарські роботи, будівництво)? Скільки з десяти повернулися?
43. Як поводяться себе ті родини, члени яких поїхали за заробітки? На що вони витрачають зароблені там гроші? Наведіть типові приклади. Яке «правило споживання» тут діє? Що купують? У що вкладають гроші? На що ще витрачають? Чи купують сільськогосподарську техніку, худобу? Чому? А що ще купують?

6. ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ У СЕЛІ, 10 хвилин

Завдання блоку: стиль споживання аграрних родин.

44. Наведіть, будь ласка, приклади типових витрат тих мешканців села, чії родини пов'язані із сільським господарством і які працюють на землі. Чим вони відрізняються від родин, які не займаються сільським господарством / заробітчан / тих, хто працює в місті?

45. Чи простежується сезонність у витратах? Чи є якісь обов'язкові покупки і витрати (наприклад: навесні – розсада, саджанці). На що спрямовують гроші восени? Що купують взимку? Влітку?
46. Ставлення до покупок і споживання у родин, які займаються сільським господарством: які тут настрої переважають, що цінують такі родини? Як витрачають зароблене? Чому? Наведіть типові приклади. Яке «правило споживання» тут діє? Що купують? У що вкладають гроші? На що ще витрачають?

7. ПРАЦЕВЛАНТІВАННЯ В МІСТІ, 5 хвилин

Завдання блоку: стиль споживання маятникових трудових мігрантів.

47. Робота в місті: в яких містах знаходять роботу, яку роботу знаходять / ким працюють? Чоловіки чи жінки – хто їздить частіше? Щодня їздять чи на кілька днів і потім повертаються чи орендують квартири?
48. На що вони витрачають гроші? Наведіть типові приклади. Яке «правило споживання» тут діє? Що купують? У що вкладають гроші? На що ще витрачають? Чи купують сільськогосподарську техніку, худобу? Чому? Що ще купують?
49. Давайте подумаємо з приводу того, про що сьогодні говорили. Чи є у Вас що додати до сьогоднішньої бесіди?

Подякувати за відповіді. Завершити дискусію

ЗВІДНА ТАБЛИЦЯ З ХАРАКТЕРИСТИКАМИ РЕСУРСІВ ДОСЛІДЖУВАНИХ СІЛ

Назва, коротка історія	Населення	Розташування	Інфраструктура	Сільськогосподарський ресурс	Соціально-економічна структура
Село Старий Лисець Один із найдавніших населених пунктів Прикарпаття, йому понад 600 років. За радянських часів у селі був колгосп-мільйонер	У Старому Лисці зареєстровано 3795 осіб (https://gromada.info/gromada/obschyna/lysecka/), однак проживає понад 4000: <i>«В основному корінні жителі. Мало тікають, до нас приїжджають»</i>	Село вигідно розташоване, відстань до Івано-Франківська 11 кілометрів, є пряме регулярне автобусне сполучення: <i>«Сполучення дуже гарне. Щопівгодини автобус»</i> . Додатково з травня до жовтня організоване автобусне сполучення з обласним центром для дачників. Водночас село не на трасі: <i>«І навіть те, що в нас не проїждна частина. В нас же тупикове село», «в нас ні фури, нічого не їздять»</i>	Закладена в часи колгоспу інфраструктура (газ, асфальт, будинок культури) збережена і розвивається: <i>«Дуже розвинута інфраструктура», «дуже прекрасно змінилося село»</i> . У селі є одинадцять магазинів, пожежна частина, швидка допомога, аптека, перукарня, освітлення (<i>«ми кажем, що потребуємо прожектора, щоб світили»</i>), вивезення сміття. У перспективі – відкриття амбулаторії (<i>«хотять, щоб амбулаторію відкрили, бо дуже велике населення»</i>). Є й активно працює великий будинок культури (<i>«в нас постійно конференції», «весь час концерти проводять»</i>). Свято села святкується щороку (<i>«а торт який! Мама дорогая! Півтора села можуть їсти!»</i>). Житловий фонд у хорошому стані: <i>«Окультурилося село. Дуже. Зараз кожен старається там щось підробити, там щось докупити, обжити»</i> . <i>«Один на другого дивляться. Точно таке собі роблять»</i> . Важливим ресурсом є активна діяльність місцевого голови в організації сільського життя: <i>«Він шукає людей, які спонсують»</i>	Сільськогосподарський ресурс для мешканців села невеликий, неродючі ґрунти ускладнюють ведення ОСГ. Мешканці не можуть забезпечувати себе у повному обсязі городиною, фруктами чи ягодами: <i>«В нас не є чорнозем, в нас важка земля. Пісчана. Вирощуємо все. Все садимо, але не завжди забезпечуємо»</i> . <i>«Садимо, обробляємо, трудимся, а осінь приходить, а результату нуль»</i> . На відміну від навколишніх сіл, мешканці Старого Лисця нічого не вирощують на продаж: <i>«В нашому селі з землі практично ніхто не живе. Якщо собі стає, то на продаж ніхто не має»</i> . Задача паїв в оренду також не приносить значних доходів: <i>«Земля пустує»</i> . <i>«Наша земля вже поросла деревами. В нас вже ліс скоро буде. Будем дерева продавати»</i>	Основне джерело доходів – праця заробітчан, яка практикується з початку 1990-х: <i>«На заробітки їздять. В нас половина села виїжджає за границю»</i> . Практикують як тривале, так і сезонне заробітчанство: <i>«Людина бере собі відпустку на постійній роботі і від'їжджає, недалеко»</i> . <i>«Польща. На ягоди чи на малину»</i>

Загальна оцінка: *«В нас село таке класне, що лише і жити»*.

<p>Село Корделівка</p> <p>Із XVII ст. Корделівка відома в числі вотчинних володінь польського гетьмана Калиновського</p>	<p>За даними сільської ради населення становить 3410 осіб (https://gromada.info/gromada/kalinivska/#496); на сто працюючих припадає 91 пенсіонер</p>	<p>Село розташоване на відстані 11 км від райцентру Калинівка та 34 км від Вінниці, є пряме регулярне автобусне сполучення</p>	<p>Інфраструктура вибудована у радянські часи, коли в селі був радгосп і діяв цукровий завод. Колись саме Корделівка була першим газифікованим селом району. Частково інфраструктура оновлюється (<i>«замінили освітлення на центральній вулиці села, встановили енергозберезні лампи»; «відремонтували частину сільських доріг»</i>).</p> <p>Проблемою залишаються стихійні сміттєзвалища: <i>«...в нас прибирають сміття, зокрема по дорозі в напрямку села Бережани. Регулярно проводяться суботники. Але там, де коло залізничного мосту скидається сміття, нічого не можна зробити, техніка туди не заїде»</i></p> <p>У селі є загальноосвітня школа I-III ступенів, дошкільний навчальний заклад, амбулаторія загальної практики сімейної медицини, поштове відділення, відділення Ощадного банку України, відділення «Укртелекому», діє православний храм.</p> <p>Корделівський будинок культури чи не найбільший в області. У селі відкрито книжкову крамницю.</p>	<p>У селі й за його межами чорноземи.</p> <p>ОСГ ефективні, надлишки продукції з власних городів мешканці восени передають лікарні. Фермерські господарства спеціалізуються на вирощуванні зернових, бобових культур і насіння олійних культур.</p> <p>Працює дослідне господарство інституту картоплярства Національної академії аграрних наук України.</p>	<p>На території села працюють ТОВ «Голландський корм», ПрАТ «Корделівський обласний міжгосподарський комбикормовий завод», ТОВ «Трау Нутрицин Укр», сільськогосподарське підприємство «ДГ Корделівське»: <i>«На жаль, як такого середнього класу в Корделівці нема. Або дрібний бізнес, що зводить кінці з кінцями, або великий, що дедалі більше укрупнюється і розвивається»</i></p>
<p>Смт Довбиш</p> <p>Колись польське поселення. У наш час багато жителів повернулись до своєї польської самоідентифікації – у селищі відновлено римо-католицьку парафію</p>	<p>Сьогодні в селищі міського типу проживає 4571 особа, налічується 1465 дворів (http://dovbyska.gromada.org.ua/structure/)</p> <p>Основні національні групи населення – поляки (50,6%) і українці (49,2 %).</p> <p>3 села виїжджають (<i>«більшість їде звідси, все ж таки»</i>).</p>	<p>До найближчих залізничних станцій Південно-Західної залізниці (Курне) – 17 км (автошлях) і 10 км (грунтовка), Разіно – 37 км (автошлях); до райцентру (Баранівка) – 37 км, до обласного центру (Житомир) – 65 км. Від автостанції Довбиша курсують автобуси до Житомира,</p>	<p>У Довбиші є загальноосвітня школа, допоміжна школа-інтернат, дитсадок, психоневрологічний інтернат. Будинок культури, бібліотека, Центр первинної медико-санітарної допомоги. Аптека. Укрпошта, Відділення «Нової пошти». Банкомати банків «Приват» і «Аваль».</p> <p>Одним із проблемних питань є стан доріг, вуличне освітлення.</p>	<p>Ґрунти малородючі: <i>«Почва така, що не росте. І тільки шкода своєї праці»</i>.</p> <p>На території лише одне фермерське господарство – СФГ «Мрія», що спеціалізується на вирощуванні великої рогатої худоби, сільськогосподарських культур.</p> <p>ОСГ – розвинена практика, вирощують для себе: <i>«На мою думку, зараз більше в ці городи вдарились. От</i></p>	<p>Довбиський порцеляновий завод;</p> <p>Довбиське та Червоноармійське лісництва;</p> <p>ВАТ «Довбиш Автотранс»;</p> <p>ПП Довбиський хлібозавод...</p> <p>Порцеляновий завод залишається головним бюджетоутворювальним підприємством Довбиша, але чисельність працівників скоротилася</p>

	«3 мого класу відсотків 70»)	Новограда-Волинського і Бердичева та до кількох райцентрів. Час у дорозі до Житомира: «Години півтори. Дивлячись, який автобус, який транспорт. Маршрутка скоріше, а автобус – довше»		мені здається, хто пам'ятає раніше – ну так, грядка, туди-сюди. А зараз стараються більше взяти, землю просять». «...вдарились у сільське господарство, бо купівельної спроможності у людей менше»	до 50 осіб: «А так, як у нас завод? По півроку не платять!» «В нас немає, де підзаробити. От я би хотіла. Ремонт я роблю в квартирі, але все не те. Тільки зарплата – куди підеш». «Немає зараз куди йти, справа в тому. Зараз дуже обмежено»
Село Ставок Носівського району Чернігівської області	Населення на січень 2019 року – 247 осіб (https://nosgromada.cg.gov.ua/index.php?id=30041&tp=1): «У селі нема людей. Ну молоді залишилося ну 10%. Так, це село ще вважається не зовсім таким, що деградірувало... А от візьміть ті, що далі від залізної дороги... Там же взагалі. Ну що робить у селі?»	До найближчого міста Носівка – 10 км до найближчої зупинки електрички у селі Дослідне – 2 км: «Встаєм в 3 часа ночі (або в пів третього), біжимо на електричку»	Є проблеми з енергопостачанням: «Перепад у нас з електроенергією. От, наприклад, сьогодні був у нас перепад у Ставку, сутки не було світла. Я приїхала вчора ночью – не можу не помитися, не можу нічого. Темная ночь. І хотя в нас є бензостанція, ми її тільки зранку можемо підключити. Це раз. По-друге, то все ж воно до електрики працює... І та сама скважина, і та сама вода, і газ...»	Аграрний напрям господарювання є пріоритетним для району. Спеціалізація – зернові, олійні культури, тваринництво: «Основні зерно і технічні культури». Розвиток фермерства гальмують проблеми із збутом: «А далі що мені робити з капустою? Вивезти на базар? Ну це ж поже не реально. Поквасить – теж ні. Куди її діть? У нас немає нічого... Раніше були загодконтори. Раніше було прощє: ті здаєш у загодконтору, вона дає тобі кошти – ти далі щось плануєш». ОСГ поширені («на 80% забезпечуємо сім'ю овочами і фруктами самі»). Тваринництво в ОСГ не вигідне: «Сіна накопить нема де». «Всі землі були віддані на паї. Паї віддали фермерам.	Головні джерела доходів населення – робота поза населеним пунктом: «На даний момент, в основному, всі в Київ виїжджають... Надо зароблять гроші. Дома – сільське господарство. Щоб хватало на продукти». «В селі нереально. Київ, Ніжин, Бровари, Дніпро. Де робота єсть». «Багато людей на Чехію їдуть, Італію, Прибалтику» Офіційно працюють «процентів 35. А всі решта по фірмах, які із конверта дають» «мінімальна зарплата пишеться в трудову»

				Фермери засівають що? Кукуруза, соя...»	
Загальна оцінка: «У селі нема людей. Ну молоді залишилося ну 10%. Так це село ще вважається не зовсім таким, що деградірувало... А от візьміть ті, що далі від залізної дороги... Там же взагалі. Ну що робить у селі?»					
Село Яблунівка , Носівського району Чернігівської області. До 2016 року мало назву Шлях Ілліча, перейменування відбулося на підставі постанови Верховної Ради України від 12.05.2016 року № 1353-19. Сама така назва була запропонована та обрана мешканцями на загальних сільських зборах: «Яблуневий сад був. Всюди по вулицях були яблуні. Люди так захотіли, щоб Яблунівка називалося село».	Населення на січень 2019 р. – 341 особа. (<a href="https://nosgromada.c
g.gov.ua/index.php?id
=30041&tp=1">https://nosgromada.c g.gov.ua/index.php?id =30041&tp=1). У селі фактично проживає значно менша кількість осіб: «...до 300 чоловік, це ті, що прописані, а так десь 200 чи 210 не більше фактично, які проживають». Відносно багато молоді і працюючих людей до 40-ка років.	Немає прямого залізничного чи автобусного сполучення з Черніговом чи Києвом. До найближчого міста Носівка – 19 км. Регулярне автобусне сполучення з Носівкою – 4 рази на тиждень: «Середа, п'ятниця, субота та неділя. В середу йде вранці, а в обід привозять назад. У п'ятницю теж у 8 приходить, у час назад. А в суботу тільки в 11 годин з вокзалу. А в неділю тільки у чотири часа з вокзалу забирає дачників, хто вже йде в село. І все. Ось це так їздить автобус»	У кінці 1990-х років у селі відбулася газифікація, проте останніми роками мешканці часто переходять на твердопаливні котли і опалюють дровами. У селі немає критичних проблем з якістю доріг, воно стоїть зовсім поруч з автомобільною дорогою районного значення, тому можливість дістатися чи виїхати із села не викликає занепокоєння. Про очищення доріг всередині села (загалом дев'ять вулиць) частіше просять місцевих фермерів, які мають техніку – вони розчищають вулиці, на якій самі живуть, і на прохання сусідів чи при зборі грошей на паливо можуть почистити центральну вулицю. У Яблунівці немає централізованого вивезення сміття, але це питання сприймається мешканцями села як взагалі не актуальне – всі органічні відходи переробляються в компост, а макулатура і пластик спалюються. Немає об'єктів соціальної сфери, школи, аптеки, дитячого садочка, лікарні чи фельдшерського пункту, пошти, клубу. Натомість немає і комерційних об'єктів для здійснення необхідних практик: «Немає навіть бару і дискотеки»; «аптеки в нас немає і ніякої лікарні»; «перукарня потрібна коли, немає. Побутові якісь речі – цвяхи, мелочі, горюче тут не купиш. За світло сплатити треба їхати в місто». Зниження функціонального значення населеного пункту і повну відсутність об'єктів соціальної сфери (школа,	За характеристикою земельних ресурсів, які формують сільськогосподарську спеціалізацію села, респонденти визначають це як «ми – зерновий край» і вже на етапі знайомства презентують, хто чим займається: «Загалом то зерно. Ячмінь, пшениця. Ячмінь – самий похідний, багато хто тримає свиней і його забирають». Респонденти зазначають, що в селі «можна нормально жити» за рахунок праці на землі. Працює стратегія «щоб мати більше грошей, наші люди більше працюють, більше вироцують худобу, більше обробляють землю». Найперспективніші напрями виробництва – самостійне вирощування і продаж зернових, у другу чергу – тваринництво із здачею м'яса під реалізацію	Є ферма з виробництва молока і зернохосвище, які в сумі забезпечують офіційними робочими місцями близько 30 мешканців, а в сезон збору зерна кількість робітників збільшується вдвічі. У сусідніх селах, у межах 6 кілометрів є піддослідна станція, на якій знаходять роботу багато селян у сезон збору фруктів. Найактивніше населення, за оцінками, – до 20 осіб (переважно чоловіки) щодня їздять в Носівку на роботу і ввечері повертаються в село. Практики маятникової трудової міграції і вахтової зайнятості поза межами району (в Київ чи Чернігів) – дуже рідкісні для яблунівців і сприймаються скоріше як небажана стратегія, це те, що треба робити в останню чергу, адже страждає родина. Також не характерні поїздки на заробітки в інші країни. Респонденти змогли з іронією пригадати лише одного односельця, який їздить на заробітки, але нічого не привозить: «В нас таких

			діючий клуб, пошта, фельдшерський пункт тощо) пояснюють об'єднанням у територіальну громаду, через що закрита школа. Відсутність школи і садочка – часто головний аргумент незадоволення для респондентів старшого віку, що його наводять описуючи занепад села і його не-перспективність для молоді		немає. А не, то був один, так він вернувся без грошей. Останній раз у Чехію їздив і повернувся без грошей»
Село Терпіння Засноване 1802 року. Тут поселилися державні селяни, сектанти-духобори, виселені сюди примусово. У радянські часи колгосп ім. XXI з'їзду КПРС, в часи незалежності був перетворений на багатофункціональний кооператив «Дружба»	Населення: 4854 особи (https://rada.info/rada/04352300) Населення не зменшується: «...раньше я писала, что у нас 3 многодетные семьи. На сегодняшний день я сдаю информацию таких семей до 30-ти, в которых трое и более детей. Много семей, которые имеют трое детей, много семей, которые, действительно, многодетные, и 5 и 6, судя по вот этому факту, можно сделать вывод, что больше рождается»	20 км від районного центру і 110 км від обласного центру. Найближча залізнична станція – Мелітополь та роз'їзд Терпіння	Інфраструктура є, але в зношеному стані <i>«Я сторонница того, что должна быть инфраструктура. Наверное, она должна совершенствоваться. Должны быть дороги, должны быть тротуары. Должна быть обновленная водоводная сеть. Это должно быть, потому что, как мне кажется, это проблема номер 1 на сегодняшний день.</i> У селі є школа, амбулаторія загальної практики сімейної медицини. <i>«Есть еще кафе, для определённых мероприятий, есть библиотека, которая у нас постоянно функционирует. Туда ходят, начиная от бабушек и заканчивая детьми. Потому что там сейчас подключили Интернет. Есть клубы, в которых кружки у нас работают. Танцевальный и драматический»</i>	Спеціалізація сільськогосподарська, багатопрофільна – землеробство, тваринництво, овочівництво, садівництво, бджільництво. <i>«Люди больше занимаются земледелием. Более ответственно стали относиться к земле. Если раньше у нас было очень много бесхозной земли, которая покрывалась бурьянами и всем остальным, то сейчас каждый земельный участок, он чей-то, он обрабатывается, за ним смотрит человек, в него что-то влаживает. И что-то получает». «Ну, уже есть определенные покупатели, определенные люди, которые приезжают и берут определенный вес. А здесь вот у нас сделали рынок, обгородили, дали участок, там и охрана, там нет ни драк, ни потасовок. Там в основном идет сбыт. Есть приезжают участники и</i>	<i>«Был цех по изготовлению керамических изделий, была своя глина, свой известковый завод и специализация шла на это. Здесь был цех по изготовлению посуды».</i> Зараз зайнятість різноманітна: <i>«...если так прикинуть, то, наверное, человек 20 из 100 – сезонники. Вот, если 20 человек будут работать у нас, в нашей инфраструктуре, 20 человек пусть будут ездить в Мелитополь на заработки, те, которые имеют стабильную, постоянную работу. Пусть еще 20 будут пенсионеры. Которые сидят на пенсию. А остальные есть, которые работают исключительно для семьи. Мама не работает, а папа занимается каким-то там частным бизнесом. Что-то продал, купил, что-то продал куда-то»</i>

				<p>скупают скотину». «Садоводство сейчас, теплицы» «Собрали черешню. Потом начинаются дыни, арбузы. Нет, даже, собрали черешню, потом убрали зерно. Потом подсолнечник, потом дыни и арбузы, потом, у кого есть – виноград пошел. В этот период начинаются перцы, зелень, картошка, вплоть до декабря месяца»</p>	
<p>Село Мирне. Село було засноване в 1951 році й має свою нинішню назву з 1953 року. Будували селище для гідробудівників планованого каналу Дніпро – р. Молочна</p>	<p>Населення 2957 осіб (на 01.01.2018 р.) «В основном, работает вся молодежь, вся в городе». «Кто – в Россию, кто – в Киев, в основном»</p>	<p>Розташоване за 18 км від районного центру й залізничної станції Мелітополь та 6 км від автошляху. Сполучення з Мелітополем регулярне. «Довольно-таки часто маршрутки ходят»</p>	<p>Власна котельня, водопровід, вода, видобута з трьох артезіанських свердловин. «“Мирненская вода”. Это скважина – ширина 30 метров, глубина та же самая». Чистоту на вулицях села підтримує власне комунальне підприємство: «Я являюсь энергетиком коммунального предприятия, и в моем обслуживании электрооборудование коммунального предприятия – насосы, скважины и прочее. А вот дома... все эти электрощиты, подъездные щитки, лет пятнадцать как следует не ремонтируются. Каждый жилец, если приспичило ему, кого-то находит, случайно, неслучайно, приглашает». «Получается, вот наши столбы, а до щита – это ваши проблемы. Звонишь, а ничего – хоть сам обрезай сам и себе сделай» Амбулаторія, школа, дитячий садок. Будинок культури з опаленням: «...этот город очень миниатюрен: всего есть по чуть-чуть»</p>	<p>Працюють 13 фермерських господарств і дві сільськогосподарські фірми. Одна спеціалізується на тваринництві, інша – на птахівництві. Навколо селища багато садових ділянок: «Мирное больше за счет черешни, заводов здесь не будет, а если будут, то платится здесь не будут, остается искать что-то там, а нет – на выезд. Все. Потому что здесь, в Мирном, все просто вымерло»</p>	<p>На території Мирного працюють кілька підприємств: ТОВ «Соціоновація» – виробник мінеральної води та безалкогольних напоїв; ТОВ «ORTOLAND» – виробник каркасів для шкільних меблів і ортопедичних основ під матраци; ПП «Сантехтруббуд» – виробник поліпропіленових водопровідних труб. Крім того, значна частина населення зайнята у військовій частині Д0130 МНС, розташованій у селищі: «Многие работают здесь, и многие предприятия начинают становиться, предпочитают, чтобы население было мирненское, наше,</p>

					<p>роботало у них. Пример – типографія. Они как раз переехали из Мелитополя сюда, в наш регион, и теперь работников своих возят, поскольку работники уже свои, давненько работают, бросать не получается, поэтому это самое... Но, разговаривая с руководством, они всегда говорят, что предпочтение отдают нашим работникам»</p>
Село Дубина	<p>Населення 672 особи станом на 01.01.2018 року (https://rudenkivka-rada.gov.ua/statistika-gromadi.html)</p>	<p>Поруч проходить залізниця, станція Нові Санжари за 1,5 км. До Нових Санжар ходить автобус: «Як в мене в 3 часа автобус, на 5 – на роботу. Іду в 3, заходжу до батьків, в мене батьки в Санжарах. Там побула пів часа, йду на роботу. Утром тоже, до 8-ми працюю, і в 11 вдома, вже пів дня пройшло». «На роботу приїду автобусом, тому що учнів везе, і мене привіз. А з роботи так отримується, що в мене немає автобуса. То я так, або через дуг</p>	<p>Інфраструктура звичайна? Є газ, світло, вода: «За світ і воду. А то ще якщо вони центральною водою користуються з башні, ото заплатають вони за світ, там хай зимою, може, як приїдуть, за газ заплатають, і вода. А ні – так у них вода, своя скважина, тобто тоже за світ заплатають, да і все». Загальноосвітня школа I–II ступенів – дошкільний навчальний заклад</p>	<p>Спеціалізація сільськогосподарська, кукурудза, соняшник, соя. Є великі сільськогосподарські підприємства: «Я взагалі користуюсь даже їхніми послугами, нанимаю, йду в контору, виписую сівалку чи комбайна вони мені дають там, зібрать мені врожай. Я думаю, що це пока не начався ринок землі». Є невелике фермерство: «В нас можна якусь роботу найти, за бажання». «Є в нас фермера невеличкі, роблять там люди». ОСГ ведуть спеціалізоване виробництво: «Просто роботи другої не маєш і думаєш, а в мене є земля, а давай із тієї землі що-</p>	<p>Є заробітчани: «...вся оця молодь, від 30-ти до 40, всі чогось масово начали їздити на Польщу. Повертаються. На місяць, на два, потім знову йдуть»; «...їздили-їздили, потім виїхав він сам на постійне проживання, а потім і сім'ю всю. Тепер вони сюди приїжджають як на літо, відпочити просто. Місяць побули, і поїхали»</p>

		<p><i>подорожую, хвилин 40, або поки село обійду, з одного в друге село дійду, то якраз і получается, година в дорозі».</i></p> <p>До Полтави можна доїхати, але дорого: <i>«Треба ж їхати, і треба на автобус 30-ку отдают. Це дорого. А поїздом, якщо ближче до поїзда, то 6 рублів буде поїздом проїхати»</i></p>		<p><i>небудь якось. Можна малиною засадити»</i></p>	
<p>Село Олександрівка</p> <p>Засновано на початку XVIII ст. (1704) як зимівник Запорозької Січі</p>	<p>Населення становить 6063 особи (актуальні дані із сайту громади: https://oleksandrivska.otg.dosvit.org.ua/economic-profile): <i>«У нас практически, 7000 человек так что каждого не знаешь друг друга»</i></p>	<p>Відстань до районного центру – м. Вознесенськ – 15 км: <i>«В Вознесенск рейсовый автобус каждые 40 минут».</i></p> <p>До залізничної станції Олександрівка – 3,5 км від смт Олександрівка.</p> <p>У 2020 побудовано році 66 км бетонної дороги.</p> <p>Миколаївська область. Н-14 Олександрівка–Кропивницький–Миколаїв.</p> <p><i>«До нас все из всех сёл тянутся»; «Тут не только трасса, тут и железнодорожная</i></p>	<p>Комунальне підприємство експлуатує водогінно-каналізаційну мережу та вивозить сміття: <i>«У нас и газ и вода, все более-менее есть».</i></p> <p>Олександрівська міська лікарня, Будинок культури (газифікований), школа, три дитячі садки, музична школа, стадіон</p>	<p>ОСГ спеціалізуються на овочах в фруктах: <i>«Помидоры, клубника», «Всё кроме лимонов, апельсинов, мандарин».</i></p> <p>Сільськогосподарська праця приблизно у половини мешканців.</p> <p><i>«Кто массово выращивает, те оптом сдают. Тоннами сдают»</i></p>	<p>На території селищної ради працюють промислові та сільськогосподарські підприємства: ТОВ «Олександрівський гранітний кар'єр»; ТОВ «Микитівський гранітний кар'єр»; ТОВ «Трикратьський комбінат хлібопродуктів»; «Кернел»; Будівельна компанія «Контакт-житлобуд» (ОЗЖБІ); ПП «Промбудматеріали» (ЖБК); ПРАТ АКЗ (Селікатної цегли); ТОВ «СТОУН» (Піщаний кар'єр); ПП «Укрінтерпостача»; ДГ «Агрономія»; <i>«Кто-то фермерством занимается, поля держат,</i></p>

		<i>дорога Одеса– Москва, через Знамянку»</i>			<i>зерно вирощують, хто-то скот вирощує, хто-то на підприємствах, хто-то машини ремонтує, хто-то надає якісь-то послуги, хто-то магазини, кафе має і так далі». «На заробітки багато їздять». «...у нас з кожним днем збільшуються те, хто їздить»</i>
Село Ключівка. Колись власницьке та козацьке село	Населення становить 451 особу (станом на 01.01.2018 року): <i>«...там де села залишилися маленькі і населення все пенсійного віку, а робота залишилася, от хлопці такі молоді їдуть у інше село. Він працює трактористом, але він працює в іншому селі. Йому вже треба доїхати, приїхати. Так само наші робочі руки із села, вони працюють в Полтаві. І тепловози ремонтні, і Діпо. Стиль життя такий, що тут треба виробляти на 50%, а кудись треба поїхати заробляти»</i>	Відстань до обласного центру м. Полтави – 42 км. Регулярне автобусне сполучення. Поруч проходить залізниця, станція Нові Санжари за 1,5 км: <i>«У нас тут залізнична колія, легко добиратися до обласного центру. Тому все більше людей, які живуть по селах, працюють в Полтаві»</i>	Газопровід середнього тиску. Школа, дитячі оздоровчі табори	Є великий агрокомплекс. ОСГ розвинені: <i>«Багато хто в селі держать господарство». «...саме село передбачає, якщо людина активна сама по собі, то вона буде тримати домашнє господарство, і, якщо в неї є можливість, де тримати, то може тримати індиків, свинів». Розвиток фермерства затримує брак коштів: «...у нас по району є багато садків, які раніше були колгоспними. Які не попали під розпаювання. На даний момент це поділіс, тому що ніхто його не обробляє. Але є програма розвитку сільського садівництва у обласній державній адміністрації, і от під цю програму ти можеш отримати цей шматок</i>	Зелений туризм ІНКУБАТОР <i>«В нас 5 чи 6 баринень є в селі, які займаються тим, що “нігті причіпляють другим бариням”. Це стоїть 180 гривень. І вони пишуться на чергу. Розумієте, це і просяться, що можна мене там десь пристроїти. Тобто людина цілий день зайнята. Я розумію, що там є і матеріал, і електрика, але якщо з тих 180 гривень залишиться тридцятка і їх буде 10 людей, то це вже триста гривень. А чоловікові на цих триста гривень добротньо треба помахати лопатою чи на тракторі посидіти. В цьому плані підприємництво повинно це розвиватися. У нас в</i>

				<p>землі, тебе звільнять на певний період від податків, ти її рекультивуєш, посадиш новий сад і отримаєш колись яблука. Але ви ж розумієте, що для того, щоб колись ті яблука отримати, зараз треба мати обігові кошти. І знову ж цей кусок землі візьме тільки той, у кого є обігові кошти, а той, хто прийде і скаже: “Я хочу бути завтра фермером” – ніколи їм не буде». «...держави не хоче. Якби вона створила такі умови реєстрації, як у Польщі, що пішов у сільську раду і достатньо п'ятнадцяти хвилин, щоб зареєструватися як фермер, то половина тих людей, в яких працюють люди, вони б легалізували б це». «Чим далі село від цивілізації, там фактично за рахунок сільського господарства»</p>	<p>селі, скажімо, так, настільки це таке не освоєно»</p>
--	--	--	--	--	--

Записка модератора за підсумками фокус-групової дискусії в селі Яблунівка

Влітку 2020 року з метою актуалізації даних про трансформації сільського споживання в межах аграрного способу життя, а саме вивчення габітусу «на землі» було проведено фокус-групову дискусію тривалістю близько трьох годин у селі Яблунівка Носівського району Чернігівської області. Вибір кейсу села для завершальної ФГД на етапі збору емпіричних даних був націлений на те, щоб отримати мале за розмірами сільське поселення, в якому переважна кількість працюючого населення зайнята в агросфері і на виробництвах сільськогосподарської продукції. Процедура попереднього рекрутингу була спрямована на відбір саме тих респондентів, які постійно живуть на селі і для яких робота на землі є основним джерелом доходів, отже пошуку саме тих сільських мешканців, чий габітус – «на землі» і чий диспозиції сприйняття, оцінювання, класифікації можуть наповнити моделі сільського стилю життя змістовними ознаками.

Ключовим показником у профілі сільського мешканця був критерій зайнятості, тому перед початком дискусії, окрім попередньо заповненої скринінгової анкети, модератор уточнювала у кожного респондента зміст діяльності. До участі в ФГД ми залучили економічно активних мешканців села Яблунівка у віці 30–50 років, з рівномірним розподілом респондентів за віком і за статтю. За віковим розподілом у страті 30–40 років було відібрано п'ять респондентів, три чоловіки і дві жінки; у страті 41–50 років так само п'ять респондентів, три жінки і два чоловіки. 9 із 10 респондентів – сімейні; за рівнем освіти двоє респондентів були з вищою освітою, решта – із середньою, двоє – з повною загальною.

Загалом у ФГД взяли участь 10 респондентів, попередньо відібраних за скринінговою анкетною: два фермери, перший – Олександр, 36 років, спеціалізується на вирощуванні м'яса, і Любов, 45 років, спеціалізується на вирощуванні зернових, переважно ячменю (Любов також працює соціальним працівником); три майстрині машинного доїння корів (Світлана, 38 років; Тамара, 50 років; Оксана, 35 років);

ветеринарний лікар, працює завідувачем ферми й водночас механізатором широкого профілю (Петро, 48 років); робітник селекційної станції; двоє офіційно непрацевлаштованих, проте зайнятих у товаро-орієнтованих особистих підсобних господарствах – пенсіонер Микола, 50 років, і домогосподарка Людмила, 33 роки; Руслан, 32 роки, який дуже активно комбінує джерела доходів, але основний дохід отримує як зернофермер, обробляє і реалізовує зернові культури, також має підробітки на будівництвах у Києві, а офіційно працевлаштований слюсарем на зерносховищі.

Дискусія була проведена за попередньо розробленим гайдом, основа якого складена ще 2013 року, але щороку, вісім років поспіль, гайд доповнювався запитаннями, які розширювали й заглиблювали зафіксовані в попередніх групах показники й індикатори та давали можливість перевіряти гіпотези щодо системотворчих ознак сільського способу життя, стилю життя, стилю споживання, споживчих практик і наявних габітусів сучасного сільського стилю життя.

У 2020 році до основних блоків і тем обговорення були, зокрема, внесені запитання про вплив пандемії COVID-19 на спосіб життя і стилі споживання, а також запитання про сприйняття зняття мораторію на продаж землі сільськогосподарського призначення.

Нижче проаналізуємо основні результати ФГД у селі Яблунівка й почнемо з опису змісту способу життя в досліджуваному селі.

Досліджуване село до 2016 року носило назву Шлях Ілліча, перейменування відбулося на підставі постанови Верховної Ради України від 12.05.2016 року № 1353-19. Сама така назва була запропонована та обрана мешканцями на загальних сільських зборах: *«Яблуневий сад був. Всюди по вулицях були яблуні. Люди так захотіли, щоб Яблунівка називалося село»*.

Формальна кількість мешканців у селі згідно з останніми статистиками від 01.01.2015 р. становить 379 осіб. За відгуками респондентів у селі фактично проживає значно менша кількість осіб: *«...до 300 чоловік, це ті, що прописані, а так десь 200 чи 210 не більше фактично, які проживають»*.

Для опису сільського способу життя в Яблунівці використовуватимемо групу показників, таких як специфіка транспортного сполучення, функціональне значення населеного пункту, кількість мешканців тощо, які загалом дадуть нам можливість зрозуміти **ресурси сільської спільноти й можливості для задоволення потреб у споживанні**.

За специфікою транспортного сполучення Яблунівка – це село, віддалене від трас міжрегіонального значення, яке не має прямого залізничного чи автобусного сполучення з Черніговом чи Києвом. Відстань до найближчого міста Носівка – 12 кілометрів і асфальтна дорога у відносно непоганому стані. Регулярне автобусне сполучення з Носівкою – 4 рази на тиждень: *«Середа, п'ятниця, субота та неділя. В середу йде уранці, а в обід привозять назад. У п'ятницю теж у 8 приходить, у час назад. А в суботу тільки в 11 годин з вокзалу. А у неділю тільки у чотири часа з вокзалу забирає дачників, хто вже йде в село. І все. Ось це так їздить автобус»*.

Для того щоб дістатися «центру», тобто Носівки, в теплий сезон селяни часто користуються велосипедом, це займає близько 40 хвилин в один бік. А під гостру потребу мешканці, які не мають власного транспорту, винаймають таксі: *«200 гривень до лікарні, туди і назад. Він чекає. Ти свої справи зробив, він привезе тебе додому»*.

Функціональне значення населеного пункту спонтанно викликає дорікання й незадоволення респондентів – для розв'язання практично всіх завдань у межах добового циклу мешканцям необхідно виїздити за межі села. У селі Яблунівка немає об'єктів соціальної сфери, школи, аптеки, дитячого садочка, лікарні або фельдшерського пункту, пошти, клубу. Натомість немає і комерційних об'єктів для здійснення необхідних практик: *«Немає навіть бару і дискотеки»; «аптеки в нас немає і ніякої лікарні»; «перукарня потрібна коли, немає. Побутові якісь речі – цвяхи, мелочі, горюче тут не купиш. За світло сплатити треба їхати в місто»*.

Зниження функціонального значення населеного пункту і повну відсутність об'єктів соціальної сфери (школа, діючий клуб, пошта, фельдшерський пункт тощо) пояснюють об'єднанням у територіальну громаду, через що закрита школа. Відсутність школи і садочка – часто головний аргумент незадоволення для

респондентів старшого віку, що його наводять, описуючи занепад села і його неперспективність для молоді.

Респонденти середнього віку, ті, в кого є діти шкільного віку, наводять контраргументи про те, що є шкільний автобус, який забирає і відвозить усіх учнів, це зручно для батьків, і навіть безпечніше для дітей. До того ж якість освіти у великій школі, куди зараз звозять дітей із різних сіл, краща, аніж могла би бути в малій школі Яблунівки. Ті ж респонденти, у кого є діти дошкільного віку, скаржаться на відсутність садочка, гуртків розвитку малят і будь-яких дитячих майданчиків для дошкільнят у селі – аргументують, що саме через це за нагоди намагаються вивезти дітей у Носівку, щоб ті погуляли в парку і на гойдалки.

Четверо респондентів з десяти, переважно старшого віку, спонтанно пригадують, як у селі працював клуб і бібліотека. Разом з тим респонденти молодшого і середнього віку не підтримують запит на окремий клуб, але хочуть бачити більше місць відпочинку й інфраструктури для дітей – ігровий майданчик, гуртки, садочок, а також облаштовані місця для відпочинку на річці, кафе, кав'ярню і перукарню / салон краси в селі.

Незважаючи на відсутність об'єктів соціальної сфери, переважна більшість респондентів не вважають своє село депресивним або «глухим». За характеристикою земельних ресурсів, які формують сільськогосподарську спеціалізацію села, респонденти визначають це як *«ми – зерновий край»* і вже на етапі знайомства презентують, хто чим займається: *«Загалом то зерно. Ячмінь, пшениця. Ячмінь – самий похідний, багато хто тримає свиней і його забирають»*.

У селі відносно багато молоді і працюючих людей до 40 років. У кінці 1990-х років у селі відбулася газифікація, проте останніми роками мешканці часто переходять на твердопаливні котли й опалюють дровами. У селі немає критичних проблем з якістю доріг, воно стоїть зовсім поруч з автомобільною дорогою районного значення, тому ситуація з прибиранням снігу, а отже й можливість дістатися чи виїхати із села не викликає занепокоєння.

Про очищення доріг всередині села (загалом дев'ять вулиць) частіше просять місцевих фермерів, які мають техніку – вони розчищають вулиці, на якій самі живуть,

і на прохання сусідів та при зборі грошей на паливо можуть почистити центральну вулицю. У Яблунівці немає централізованого вивезення сміття, але це питання сприймається мешканцями села як взагалі неактуальне – всі органічні відходи переробляються в компост, а макулатура і пластик спалюються.

Перейдемо до **опису показників соціально-економічної структури досліджуваного села** і до **опису форм трудової поведінки**.

Серед об'єктів виробничої сфери в Яблунівці є ферма з виробництва молока і зерносховище, які в сумі забезпечують офіційними робочими місцями близько 30 мешканців, а в сезон збору зерна кількість робітників збільшується вдвічі. У сусідніх селах, у межах 6 кілометрів є піддослідна станція, на якій знаходять роботу багато селян у сезон збору фруктів. Найактивніше населення, за оцінками це в сумі до 20 осіб (переважно чоловіки), щодня їздять у Носівку на роботу й увечері повертаються в село.

Характерно, що практики маятникової трудової міграції і вахтової зайнятості поза межами району (в Київ чи Чернігів) – дуже рідкісні для яблунівців і сприймаються скоріше як небажана стратегія, це те, що треба робити в останню чергу, адже страждає родина.

Також зовсім не характерні для яблунівців поїздки на заробітки в інші країни. На рівні спонтанних відгуків ані заробітки, ані робота за кордоном не сприймається як приваблива стратегія та інструмент підняття рівня добробуту.

Після зондування запитання респонденти змогли з іронією пригадати лише одного односельця, який їздить на заробітки, але нічого не привозить: *«В нас таких немає. А не, то був один, так він вернувся без грошей. Останній раз у Чехію їздив і повернувся без грошей»*. Оціночне ставлення до такого заробітчанина скоріше зверхнє, його досвід не викликає інтересу, а він самий оцінюється радше як поганий, аніж підприємливий господар – односельці не побачили результатів його поїздки на заробітки і вважають його *«непутяцим»*.

Респонденти зазначають, що в і Яблунівці *«можна нормально жити»* за рахунок праці на землі. У 2020 році, як і в попередні часи, працює стратегія *«щоб мати більше грошей, наші люди більше працюють, більше вирощують худобу, більше*

обробляють землю». Найперспективніші напрями виробництва – це самостійне вирощування і продаж зернових, в другу чергу – тваринництво із здачею м'яса під реалізацію.

Паї в селі розподілені вже давно. Їх здають троє з присутніх на групах, решта обробляє самостійно. Річна оплата за пай становить 12,253 грн, ця ціна сприймається відносно спокійно – оплата однакова для всіх, хто здає; мешканці сусідніх сіл у районі отримують так само: *«Напевно, ціна однакова. Вони намагаються дотримуватися однакових умов»*. Конфліктів з латифундистами або іншого напруження по тематиці паїв не виявлено. Разом з тим серед тих, хто здає, домінує бажання здавати фермерам, а не великим агрокомплексам. Головна мотивація здавати фермерам: *«Тому що вони свої»*.

У відповідях на запитання, «що вигідніше – самостійно обробляти землю чи здавати в оренду?», простежуються такі закономірності, пов'язані якраз із формою зайнятості. Усі фермери і самозайняті говорять, що, звичайно, більш прибутково обробляти свою землю самостійно, як вони власне і роблять останні п'ять, а дехто й десять років.

Питання, які ми додали в гайд 2020 року, стосувалися Закону № 2178 про зняття мораторію на продаж сільськогосподарських земель. Обговорення викликало інтерес і жваве обговорення між тими, хто за продаж, і тими, хто проти. Ставлення до продажу землі серед респондентів розподілилися так:

- троє респондентів – точно проти продажу, аргументують, що люди залишаться без землі, буде обман: *«Якщо він буде не прозорий чи примусовий, тіньові схеми якісь будуть, то це буде дуже негативно. Якщо не буде гарного правового забезпечення, справедливого, то вийде негативно для всіх»*. Цікаво, що всі троє респондентів-противників – фермери з найбільшими обсягами землі й виробництва серед присутніх, також саме ці респонденти виявляють бажання купити землю для себе.

Зупиняють цей намір два бар'єри, перший – це ризик потенційних податків на володіння: *«Вони ж балакають, щоб ще податки ввести на земельні паї. Якщо вони ще введуть і приймуть цей закон, то, я думаю, більшість людей буде*

продавати. Податки платити дуже важко»; другий бар'єр – це відсутність всієї необхідної техніки для обробки: «Буду купувати, може, якщо буде чим обробляти, мосі техніки там вже не вистачить»; «Якщо буде можливість, але ж спочатку треба купити те, чим її обробляти»;

- двоє респондентів – скоріш за продаж і висловлюють свої аргументи через протистояння з опонентами: *«Це добровільно, ніхто не заставить тебе продавати»; «По тих цінах, що вони зараз пропонують, можна і купити. Гектар – 1000 доларів, як приклад, то це не так і дорого. Кому треба купити, воно купиться швидко»;*
- п'ятеро респондентів не знають або не можуть сформулювати свою думку, але з цікавістю для себе слухали аргументи двох сторін і ділилися чутками про ціни: *«Мені здається, що і зараз нелегально фермери скупляють землю. За паї 100 тисяч гривень дають»; «Здається, то зараз 1000 гривень гектар».*

У прогнозах того, скільки людей у селі продаватимуть землю, всі три підгрупи респондентів дійшли згоди: продавати будуть багато людей, але в першу чергу – не сільські мешканці, ті, кому земля не потрібна: *«Я думаю, загалом землю продаватимуть дачники, які унаслідували від батьків паї. Вони їх не будуть обробляти – це 100%. Вони їх будуть просто продавати» (ч.); «Хто в місті живе, воно їм не потрібно» (ж).*

Загалом продаж землі викликає осудливе ставлення з боку носіїв габітусу «на землі», ніхто з фермерів або самозайнятих у підсобному господарстві не продаватиме свою землю, бо набридло обробляти, важко обробляти чи не вигідно. Одна майстриня машиного доїння гіпотетично розглядає продаж, бо в неї немає грошей, щоб провести воду в будинок, щоб зробити ремонт чи поїхати відпочити.

У загальних відповідях на питаннях про структуру зайнятості на селі респонденти часто вказують на відсутність роботи, розуміючи під словом робота «офіційне працевлаштування у виробничій сфері». Цікаво, що є відмінність у сприйнятті слова робота і праця: праця і прибуток можуть бути пов'язані із землею, а от робота – це слово сприймається радше як ознака офіційного працевлаштування, а також зайнятості у неаграрних сферах і в місті. Праця – це щось важке і фізичне, а

робота – це те, що в місті, тобто фізично легше: *«В селі треба працювати. В місті – пішов на роботу».*

Власні фінансові результати і прибутки, які отримують від ведення особистого селянського господарства поза офіційним працевлаштуванням, респонденти не люблять і не хочуть обговорювати; всі схильні приховувати джерела своїх доходів, розміри врожаю, обсяги продажу й вирощування. Фермери всіляко уникають називати цифри й ціни на продукцію, але можуть озвучити показники врожаю, кількість землі, акцентуючи на кількості витрат на паливо, посівні матеріали та добрива.

Основні джерела доходів фермерів у 2020 році, як і в останні роки до цього, – це вирощування і продаж зернових.

Ведення особистого підсобного господарства є важливим елементом сільського способу життя в Яблунівці. Усі респонденти практично повністю забезпечують себе овочами з власного городу, за рідкісним винятком. Зокрема докуповували цибулю й моркву під кінець зими; був поганий врожай картоплі – брали у родичів для власного харчування, а дрібну картоплю передавали на корм худобі тощо: *«До весни хватає, бо весною може не хватає цибулі, моркви. А так загалом все з огороду».*

Респонденти не бачать для себе змін у динаміці обсягів вирощування продуктів для власного споживання – цього року посадили ті ж обсяги, що й минулого, а в наступному році посадять приблизно так само. Загалом кількість городини та овочів залежить від кількості вільної землі і сприймається як відносно стала норма для домогосподарства, без значущої динаміки в бік зниження або збільшення обсягів: *«Як саджали, так і будемо саджати. Нічого не зміниться. Земля ж не буде пустувати. Треба розраховувати, щоб були і фрукти, і овочі, і зерно».*

Динаміка простежується у зниженні поголів'я великої рогатої худоби – зараз тримають корів у Яблунівці значно менше, ніж робили це в дев'яностих роках. У 2020 році має молоко власного виробництва лише одна респондентка з десяти. Для решти дев'яти типова практика полягає якраз у купівлі молока в сусідів. На уточнювальне запитання про можливий бартер молока серед селян і його обмін на інші товари й послуги респонденти відповіли, що в селі молоко давно вже ніхто не

обмінює, всі купують молоко і сир у сусідів, які тримають корів. Іноді, як сильно треба і під рукою немає домашньої, *«бувало, що купувала сметану для голубців у нас в магазині, а йогурти чи творожки дітям на гостинець – у Носівці, бо свіжіше».*

Респонденти підкреслюють, що тримати одну корову для себе – вкрай не вигідно економічно (*«ну скільки того молока ти вип'єш, а рештки здавати за копійки»*) і головне – корова вимагає постійної уваги: *«Як корову продали, то побільшало вільного часу. Ось вже буде 2 роки, як без корови живемо. Жінка така задоволена».*

Тут цікавий кейс респондентки Тамари, 50 років, яка працює майстром машинного доїння корів на молочній фермі, а також має спеціалізоване на молочному виробництві підсобне господарство – тримає три корови. Вона активно продає молоко сусідам у селі, також щотижня вивозить масло, сметану і сир на ринок у Носівку, де за багато років має вже як власних постійних покупців, так і знайомих закупівельників, яким вона здає продукцію: *«Там у мене свої дівчатка. Вони завжди чекали моє молоко. Вони просять, щоб я привезла їм молока, сиру, сметани. Я їм привозила раз у тиждень, у середу тільки. А тоді карантин почався. А зараз лише у селі торгую. Дачники ще зараз влітку приїхали і ходять беруть у мене молоко, сир, сметану».*

Щодо раціоналізації, Тамара зазначає, що тримати три корови – це важко і їй ніхто не допомагає, бо в неї немає чоловіка, а діти живуть далеко. Але якби ж вона не комбінувала ці джерела доходів, то їй би було страшно. І хоча на офіційній роботі вона заробляє значно менше, ніж від реалізації власної продукції, – їй важливе офіційне працевлаштування і як засіб отримувати хоч малий, але гарантований дохід, і щоб мати кращу пенсію в майбутньому, тому вона багато років поєднує кілька видів діяльності, так їй спокійніше за майбутнє. Така поведінка кейса може бути пояснена в межах концепції сільської моральної економіки, головними ознаками якої є орієнтація на усунення ризиків, зокрема й через комбінацію джерел прибутків.

Повністю забезпечують себе м'ясом лише два респонденти, які тримають і свиней і птицю, один з яких є фермером, що спеціалізується на вирощуванні м'яса, інший також продає надлишки закупівельникам.

Цікаво, що обидва респонденти, які вирощують м'ясо на продаж, відмічають, що зараз самостійно їздять продавати надлишки продукції в місто рідко, зазвичай дзвонять до посередників або мають постійних клієнтів. Опис специфіки цієї діяльності й аргументацію простежуємо в прямій мові, цитатах їх дискусії: *«Буває і сам продаю, а загалом тут я подзвонив і приїхали забрали. А буває, що поїду продавати, коли є можливість, це головне, коли є час вільний. Бо там поки за все заплатиш. Транспорт і довідка треба, то по грошам те на те і виходить. Краще подзвонити і дешевше віддати дома. Плюс дома ще городи. Чим більше, тим краще. В тому році з буряками неврожай був. Довелося купувати. В цьому році вже 20 соток посіяв буряка»; «А я лише на дому продаю»; «І ми на дому все. Зерно приїхали забрали на дому. Молоко на дому. По-перше, клієнти постійні, вже люди, які знають, приїжджають самі. Вони бачать, що вони беруть і ще у нас дешевше. Людина приїхала, зерна набрала, скільки їй треба, зважили в мішки, і вони поїхали».*

У відповідях щодо причин низького самозабезпечення родини свининою і салом решта респондентів підкреслювали, що тримати одну свиню – це не вигідно, є сенс вигодовувати свиней, лише коли їх багато, щоб потім продавати рештки. Також зазначають, що свині потребують постійного нагляду: *«То означає бути прив'язаним до порося»; «Скажімо, щоб виростити порося, на нього потрібен рік. Рік годувати потрібно. У мене немає можливості. Я ж ще і на роботі кожен день».*

Для власного вжитку свині тримають *«ті, хто без цього вже не можуть».* За оцінками респондентів, частіше – це люди старшого віку, покоління батьків – вони ж потім ділять свиню на кілька родин дітей, як в обмін на корм чи іншу допомогу по господарству.

Іншим важливим фактором, який впливає на рішення про вирощування худоби, – це форма оплати за паї, грошова або натуральна. Респонденти зазначають, що це раніше частіше виплачували зерном чи кормами, а зараз краще брати оплату грошима: *«Розраховувалися і зерном і грошима раніше, а зараз тільки гроші. Як бажання є, зерно можна купити»; «Мені краще грошима. По-перше, я можу за ці гроші дешевше купити зерно не в нього. Може комусь не треба стільки зерна. Я гроші за пай получила – і зерна купила, і дров купила, ще і осталося. Так я кажу, що*

краще грошима забрати, чим те зерно. А що того зерна – півтори тонни. Ну, що того зерна? Раніше на пай давали або гроші, або півтори тонни зерна, і три мішки сахару. Одне порося вигодуєш і курей».

У ставленні до форми оплати за пай відрізняється лише кейс Тамари, яка має спеціалізоване на молочному виробництві підсобне господарство – їй краще було брати зерном, оскільки вона точно може розраховувати на зерно на весь сезон: *«Мені було краще, як давали зерном. Ми самі ходили і забирали і тоді точно знали, що буде зерно».* Власні м'ясо птиці і яйця отримують від свого господарства більша половина респондентів, а решта – отримують це як взаємодопомогу від батьківських родин: *«...батьки тримають птицю, в них є часу більше».* Загалом же обміни продукцією характерні для сільської родини, коли від старшого покоління надходять яйця, молоко і м'ясо, а молоде покоління допомагає, наприклад, батькам зорати город, або віддати надлишки овочів для вигодовування худоби і потім отримати своєрідну допомогу й водночас винагороду продуктами тощо.

Бартер і взаємодопомога між односельцями – явище, яке, за висловом респондентів, відійшло в далеке минуле. Актуальні варіанти кооперації, які пригадують, – це скинутися грошима, щоб винаймати трактор, який зоре огороди поряд для кількох сусідів, бо так вигідніше по ціні. Для решти послуг намагаються використовувати оплату грошима. Єдине, що може об'єднати у веденні господарства із сусідами зараз – це процес вибирання картоплі, тут ще наявні своєрідні залишки від традиції толоки. За поясненням респондентів, необхідність у толоці пов'язана з механізацією процесу посадки та пришвидшенням темпів збору врожаїв: *«Як почали під трактори садити картоплю, це так і почалося у нас. Збираємо картоплю, завжди допомагаємо один одному, щоб встигнути поки погода».* Якщо не вистачає робочих рук, тоді яблунівці об'єднуються: *«Коли ти собі викопав, тоді вже ходиш підробляєш. Або на 2–3 хати сусіди можуть зібратися, бо не опрацюєш же всіх. Толоки такі наче з картоплею виходять».* Така практика характерна частіше для малих домогосподарств, бо *«зазвичай то всі з друзями, з кумами вибирають. Рідня. Діти до кого приїжджають».*

Отже, проаналізувавши відповіді респондентів про зайнятість і форми трудової поведінки та описавши специфіку самозабезпечення домогосподарств м'ясною й молочною продукцією власного виробництва, робимо висновки про зростаючу тенденцію до товарної спеціалізації особистих підсобних господарств і за результатами опису фіксуємо, що **робота «на землі» є системотворчою практикою, навколо якої формується спосіб життя респондентів.** Описавши спосіб життя в Яблунівці, перейдемо до розгляду його стильових особливостей – стилю життя, в межах якого далі простежуємо наявні стилі споживання і проведемо перевірку розробленої моделі стилів споживання сільських мешканців.

Перейдемо до суб'єктивних оцінок способу життя й почнемо з таких показників, як **бюджет часу і його структура.** Для цього в гайді ФГД були розроблені запитання про ритм життя, перелік занять у структурі вільного часу, практики відпочинку в різні сезони року тощо.

Фокус-групова дискусія відбувалась 28 серпня в неділю, в період відносно спокійний для сільськогосподарського циклу робіт, після жнив і сінокошу. Респонденти називали цей час певною передишкою: *«Ми вже закінчили, сіно потюкували, позвозили. Зараз у нас передишка. Готовимося копати картоплю»;* *«Зараз спокійніше, займаються чисткою зерна після жнив. Очищаю, пакую у мішки».* У такий період відносного відпочинку від навантажень одна респондентка встигла *«сходити в гості, поспілкуватися з подругами і з'їздити в сусіднє село, сходити в кафе»*, але більшість не мали нових занять чи поїздок на час перерви, хоча й трохи сповільнили ритм роботи.

На запитання модератора про відпочинок поза межами села лише один респондент (ветеринар, який працює завідувачем ферми) виїжджав за межі села в 2020 році з метою відпочинку: *«Я у відпустці був. На два дні всього на Десну з'їздили відпочили».* Решта респондентів, від початку 2020 й до періоду дослідження, не виїжджали далі Носівки і також найближчим часом не планують – кажуть, що попереду період копати картоплю, а там видно буде.

На наші запитання про поїздки в минулому році (2019) респонденти середнього й молодшого віку загалом демонстрували досить широкий перелік активностей: *«На*

озера їздив відпочивати з ночівлею. У нас рядом село, там шикарно було відпочивати раніше – ми туди їздили пару раз відпочивали сім'єю одним днем»; «Під Чернігів їздили в гості до Михайла Коцюбинського, цікаво було»; «Я їздив в палац культури “Україна” на передноворічний концерт для малят був. Сина відвіз в Києв гуляти, там і квитки в касі купив»; «Ми їздили на Сорочинську ярмарку на один день»; «На концерт в Бровари на Олега Винника їздили. На один день можна ще вибратися», «До куми їздили в Ніжин».

Як ми бачимо, в 2019 році респонденти активно подорожували областю й Україною, але переважно в межах одно-дводенних поїздок. Відпочивати більш тривало і з ширшою географією подорожей, за висловами яблунівців, унеможливлене ведення підсобного господарства – домашнє господарство потребує постійної присутності й покинути його можна максимум на один день, а далі – лише якщо є кому доручити догляд: *«Можна їхати, коли є кому доглянути за хазяйством. Може, є батьки у когось, які допомагають. Або діти дорослі, які можуть приглянути та побути на хазяйстві. Коли є на кого то бросити».*

Спробу вирішити це питання демонструє найбільш мобільний кейс Руслана, який вкрай активно пересувається областю, регулярно їздить до Києва, в 2019 році був на морі і їздить в гості у Білорусь: *«На море їздили в минулому році і в гості їздили до тітки в Білорусію. А в цьому році морю карантин помішав і фінансово. То ж води не було і в хаті, і треба було свердловину бити. Не туди трохи гроші пішли».*

Руслану 32 роки, головні прибутки він отримує як фермер, за відгуками сусідів є вправним зернофермером, обробляє й реалізовує зернові культури. Також він вкрай активно комбінує джерела доходів – у селі офіційно працевлаштований на зерносховищі слюсарем по ремонту, також має підробітки на будівництві в Києві, тобто комбінує і поєднує всі можливі джерела. У 2019 році Руслан одружився і тому переїхав з дружиною до Києва, де вони більше року винаймали квартиру (жінка працює в Києві за спеціальністю економістом). *«Я ще кілька років назад тримав три корови. І овці були. Плавно переходив. Нарощував молочне виробництво. Потім трошки підкачало здоров'я і вирішив позбутися хазяйства. Одружився. Зараз рослинництвом займаюсь. З худоби тепер тримаємо для себе тільки кроликів, тож*

завели, бо вони мовчать. І їм можна на тиждень накласти й поїхати, і хай жують». Навіть після переїзду Руслан кожного тижня приїздив у село, а з початком пандемії коронавірусу вони з дружиною повернулися жити в Яблунівку, провели воду. Зараз планують залишатися в селі до кінця сільськогосподарських робіт, а потім повертатися знов у місто. Наразі кейс найбільш мобільний серед усіх респондентів – навіть у карантин регулярно їздив до Києва на роботу (мав підробітки на будівництві). Висока мобільність також може знайти своє пояснення у вікових відмінностях (Руслан наймолодший учасник ФГД) – для цього ми в подальшому спеціально розглядатимемо приклади наймолодшого і найстаршого респондента в межах однієї ФГД. Кейс Руслана саме на контрасті з попередньо описаним кейсом Тамари добре ілюструє зміст сільського способу життя і те, як зайнятість і форми трудової поведінки впливають на стильові характеристики.

Загалом усі респонденти зазначають, що в літній сезон майже немає вихідних, робота є завжди, і добре, коли виходить відпочити в неділю: *«Сезонна робота завжди важка. Як є робота, то роблю постійно. Один день вихідний – у неділю. Але от що таке гриби, рибалка – то я вже забув що воно таке»; «загалом на роботі кожен день, тільки неділя – вихідний. В неділю можна кудись поїхати на екскурсію, чи кудись у гості»; «Тим більше, що зараз сезон. Там зерно, тепер картопля, потім консервація. Перепочинок може бути тільки зимою у селі».*

Релігійні свята загалом, а також дні народження і державні свята часто сприймаються і як можливість перепочити від важкої праці, часто це такий «легальний» привід для короткого перепочинку навіть у важкий сільськогосподарський сезон. Серед учасників дискусії була одна респондентка, яка постійно відвідує церкву (щонеділі співає в церковному хорі) і саме це сприймає як відпочинок.

Цікаво, що відпустка або лікарняний на офіційній роботі часто беруться в високий сезон задля додаткового підробітку: *«У відпустці був, віддихав трохи, але і на огороді. Якраз комбайни молотили по городах, то в мене відпустка, так і пройшла, у тракторі сидів»; «Я на лікарняному був, заодно і позакінчував на подвір'ї децю».*

На запитання про типовий режим активності і бюджет часу протягом дня половина респондентів відповіли, що сьогодні прокинулися в проміжку з 4 до 5 години ранку; ще четверо – прокинулись з 5 до 6 ранку; одна респондентка прокинулася о 7 ранку, *«бо сьогодні вихідний»* і можна поспати довше. При цьому майже всі лягають спати в проміжку між 22 і 23 годинаю.

Наша гіпотеза про вплив сільськогосподарського сезону на режим сну і відпочинку, за якою в зимовий сезон сільські мешканці прокидаються пізніше і більше часу відпочивають, отримала уточнення. Яблунівці, які працюють найманими працівниками в агросфері, взимку і влітку починають свій день приблизно в один і той самий час, адже треба поратися по господарству і потім іти на роботу. За висловом майстрині машинного доїння: *«Зима чи літо все одно. Якщо робиш на фермі, то в один час прокидаєшся, в один час лягаєш. Вважай, що відпочинку немає»*. Цю ж думку підтримує пенсіонер, який веде товаро-орієнтоване підсобне господарство: *«Хто рано встає, той і кушає. А хто пізніше встає, той все пропускає. Працювати треба»*.

Ми простежили, як діє габітус постійного зв'язку з землею на структуру часу і його бюджет. Габітус «на землі» характерний для всіх досліджуваних респондентів; усі вони залежать від результатів роботи на землі. Проте навіть у межах такої високої гомогенності починають простежуватися певні стильові відмінності: максимально прив'язані до села ті респонденти, які ведуть ОСГ, спеціалізоване на молоці і м'ясі, а от фермери й аграрні працівники вищої ланки демонструють більше різноманіття практик дозвілля і споживання.

Звернемося для ілюстрації стилізації до кейсу ветеринара й завідувача ферми Петра, 48 років, який демонструє найширший діапазон практик дозвілля – проводить відпустку на річці, подорожує в міста не лише у справах і за покупками, а й відвідує концерти, екскурсії – тобто *«хоче більше і може більше»*, ніж односельці. Протягом дискусії Петро і демонструє більш високі домагання порівняно з іншими респондентами на групі, разом з тим має вищі ресурси для здійснення споживання (фінансові, часові, інформаційні, психологічні тощо). Цей респондент має вищу освіту, його практики вже більшою мірою належать до «благородних» зон споживання, які пов'язані з рідкістю і більш високим капіталом.

У межах запропонованої моделі стилів споживання Петро чудово ілюструє **стиль споживання найманих аграрних працівники вищої ланки** з насиченим типом споживання, високим ресурсом та орієнтацією на самоствердження. У споживанні він спрямований на зовнішню оцінку і підтвердження статусу й має принципові орієнтації у споживанні – не лише ціна товару, а й цінність бренду, особливі унікальні характеристики. Знає назви брендів супермаркетів, звертає увагу на якість: *«Різниця ж є в АТБ куплять продукти і в NOVUS? Є різниця в продуктах, правильно. Якщо в АТБ два дні до терміну реалізації, а там все свіже. Ну і вибір зовсім інший, можливо, не для всіх воно і треба, але вибір там вже інший».*

Перейдемо до розгляду соціокультурного середовища. Нагадаємо собі, що Яблунівка – село віддалене від великих населених пунктів, локальна та відносно автономна спільнота; це – пересічне село, в якому після децентралізації не залишилось власних об'єктів соціальної сфери, загалом ресурси сільської спільноти та інфраструктурні можливості для задоволення потреб у споживанні у Яблунівці низькі. За показниками способу життя яблунівців мають відрізнити тісні взаємозв'язки всіх мешканців, висока соціокультурна інтеграція населення й розвинена система неформальних зв'язків. Ці ознаки ми заклали в гайд ФГД для перевірки наших гіпотез.

Зазначимо, що структура соціальних відносин і сільська ідентичність загалом приховані від розуміння міського мешканця, зв'язки всередині традиційних аграрних спільнот мають не очевидний характер, але вкрай необхідні нам для розуміння стилів споживання. Тому в процесі побудови гайду ми включали в блок знайомства проєктивну техніку «тет-а-тет», за якою після короткого знайомства кожен респондент презентував не себе самого, а сусіда за столом навпроти. Як результат, у цьому першому запитанні ми побачили дії в межах концепції «моральної економіки селянства», згідно з якою, зокрема, престиж і успіх всередині сільської спільноти повинні бути біографічно прозорими і мати візуально очевидні моральні засоби досягнення успіху; в селі не може бути й натяку на «легкі гроші», неробство, а соціальні стратегії для носія габітусу «на землі» повинні виключати факти обману або

експлуатації сусідів. Уміння працювати і розмір господарства є значимими ознаками сільської ідентичності.

На фокус-групі сусід навпроти презентувався переважно через його успіх у межах ролі хорошого господаря, працюючої господині, успішного фермера – завжди із акцентуалізацією важкої праці по господарству, великої кількості зусиль як джерела досягнення статків і успіху, а також через тривалий час знайомства з ним особисто, або з кимось із його рідних. Наведемо кілька прикладів такої презентації сусіда навпроти: *«Дядя Коля працює дуже. І хазяйство держить – гусей. І на роботі працює. Все встигає. Молодець»*; *«Олександра, я знаю його вже давно. Хороший хлопець, що я можу сказати. Молодець. Працює, старається. Машину має. Займається хазяйством»*; *«Про Любов скажу, що вона вже проживає в нашому селі давно. Соціальний працівник. Займається своїм господарством, як фермер. Загалом, хазяйка на всі руки»*; *«З Тамарою теж живемо на одній вулиці. Вона працює. Має господарство, має хазяйство, має городи. Ще є в неї мама, за якою вона доглядає, хвора. І вільної хвилини в неї немає. Але вона має хобі – вона любить ходити до церкви і співати»*.

Друга тема, яка виникла спонтанно, пов'язана з проведенням водопостачання в будинки. Вісім респондентів з десяти вже пробрили свердловину і провели воду, решта активно обговорювали свої плани і статус робіт щодо проведення води в будинок: *«Пробрила свердловину. Ще в хату не провела, но намагатиметься провести в хату. Зробити туалет та ванну, щоб всі удобства були»*.

Третя тема, яку обговорювали спонтанно, – це коронавірус. Загалом тональність обговорення цієї теми спокійна, характерні стримані реакції, низька тривожність і низький інтерес. У період першого карантину навесні 2020 року автобус зовсім не ходив, і селяни часто винаймали таксі або домовлялися із сусідами про поїздку, аби задовольнити потреби з покупками медикаментів і непродуктових товарів. Додамо, що карантинні заходи на період проведення фокус-групи було послаблено, відновили автобусне сполучення із селом, а з Носівки почала ходити електричка до Києва.

Купити хліб і основні продукти харчування в період карантину яблунівці мали можливість – у селі працювало два магазини. Респонденти, які працюють в особистому підсобному господарстві, зазначали, зокрема, що в їхньому повсякденному житті майже нічого не змінилося. Споживання добового циклу реалізовувалося в Яблунівці: *«...слава Богу, хоч два магазини в нашому селі роблять, хоч якийсь вибір є»*, але більш масштабні потреби, включно із купівлею одягу, побутової хімії, ліків, задовольнялися поза сільським простором.

Від карантину фінансово постраждали ті, хто мав роботу в місті: *«Як працювали, так і працюємо. А ті, хто в Києві працювали, ті сиділи. В мене чоловік в Києві працював і сидів вдома три місяці. І доходи вже які? Одна я»*; *«Я працював, а от дружина не працювала. Хазяйства ми не держим, тому вийшло трошки накладно»*; *«Мені вплинув. Я наймав таксі і їздив на роботу. Ще зі мною два чоловіка їздили. Ми брали машину на трьох по 200 гривень, їздили на роботу»*. Одинично відмічали, що заощадити в карантин вдалося на одязі: *«Моя дитина в школу в карантин не ходила. Була весна, треба було вдягати дитину, і можна сказати, що на одязі ми заощадили»*.

Перейдемо до детального розгляду споживчих практик і проілюструємо стилі сільського споживання в межах габітуальної моделі «на землі». Для початку зазначимо, що в Яблунівці немає терміналу чи банкомата, всі фінансові розрахунки відбуваються в готівковій формі. Для оплати послуг мобільного зв'язку зазвичай купують у сільському магазині картки поповнення рахунку або ж *«коли хто їде в місто, даємо гроші щоб закинули»* (жінка, 50 років, Носівка).

Продуктових магазинів у селі два, кожен працює щодня. Магазинів міні-формату «біля дому» чи «на подвір'ї» в Яблунівці немає, респонденти зазначають, що для щоденних потреб їм цілком вистачає двох звичних магазинів, побудованих ще за радянських часів. Магазини працюють щодня, але не постійно – можуть бути перерви в середині дня, пов'язані з тим, що у продавчині теж господарство і їй треба порати худобу, тому *«в обід краще зачекати або якщо срочно, то треба буде її гукать»*. При цьому в сприйнятті респондентів не виявлено поділу між цими двома продуктовими магазинами за критеріями краще–гірше за асортиментом чи цінами, проте виявлено

такий специфічний критерій вибору, як можливість взяти в борг, або «записатися», – тобто взяти товар зараз, а повернути гроші пізніше. Ця практика характерна суто для сільського простору споживання і пов’язана з тісною мережею соціальних зв’язків та відносинами із продавцем зокрема – довіра, знання і попередній досвід повернення боргу є важливим ресурсом, своєрідною «валютою» для розрахунку в сільському магазині: *«Можна взяти у борг. Не кожного записують, але дають. Тим, кому довіряють. В наш стан входять, що зарплати не вистачає. Газ, світло, телефони – все оплатити»* (ж).

«Магазинів на колесах», так званих автолавок, яких чутно за звуковими сигналами й оголошеннями через гучномовець, у досліджуваному селі немає. Респонденти повідомляють, що для Яблунівки це давно вже не актуальний формат. Так звана «торгівля з коліс» зберігається лише у форматі речового ринку, який приїздить у село раз на тиждень, там можна купити побутову хімію й одяг: *«До нас приїжджають раз на тиждень. В середу. Розкладають палатку. Так, як на базарі»*. Респонденти зазначають, що речовий ринок – це дуже зручно і важливо, адже можна замовити товари широкого вжитку й господарчі товари: *«Я думаю, що це вигідно. Все дешево. І плюс вони привозять. Можете заказати, що бажаєте, то і привезуть»*.

Найближче відділення служби доставки «Нова пошта» у Носівці, і ті, у кого є Інтернет, мають досвід замовлень широкої групи товарів через мережу: *«На тилосос мені потрібно було запчастину»* (ж.); *«Запчастини, інструменти»* (ч.); *«Бензокосарку»* (ч.); *«Одяг замовляли. На машину запчастини різні»* (ж.).

Доступ до Інтернету мають лише три респонденти з десяти, наймолодші серед учасників групи й усі користуються мобільним Інтернетом через смартфон. Бар’єри до Інтернету не лише фінансові, а й пов’язані з віком і браком досвіду користування комп’ютерною технікою загалом. Респонденти старшого віку демонструють певну протидію явищам модернізації, як бар’єри до нового і відсутність інтересу через страхи: *«Мені воно не треба»*; *«Я не користуюся ним»*; *«Я не розуміюся в ньому»*; *«У мене, наприклад, інтернет у дочки в телефоні і хватить»*.

Кейс Людмили, 33 роки, цікавий тим, що ця респондентка є найбільш просунутою в практиках купівлі через Інтернет, вона наводить широкий перелік

аргументів і переваг Інтернету – купівлі саме в контексті поліпшення споживання: можна вибрати дешевше і ширший вибір, все привезуть і можна повернути, якщо не сподобалося. Практично весь свій одяг, одяг для двох дітей і для чоловіка Людмила замовляє через Інтернет і перевіряє у відділенні «Нової пошти»: «...замовляю багато, але і повертаю багато» (ж.). Дуже високий інтерес цієї респондентки викликає новий магазин краси «Єва» у Носівці – там Людмила купує всю побутову хімію, товари для гігієни і догляду, косметику.

Такий інтерес до занурення у споживчий вибір більшою чи меншою мірою продемонстрували всі жінки на фокус-групі, проте вербалізували це не як відвертий маніфест споживання чи бажання «побалувати себе», проявити свою унікальність, а через часті раціональні відгуки про можливість спробувати, перш ніж купувати, перевірити й порівняти ціни, купити щось зі значною знижкою на ціннику. Цікаво, що з появою «Єви» відійшли в минуле купівля косметики за каталогами, хоча раніше, як зізнаються респонденти, вони купували такі бренди, як Avon, MaryKey, а Людмила навіть розповсюджувала Oriflame через знайомих.

Важливою ознакою стилізації у споживанні є дія брендів, вибір товарів не лише за продуктовими ознаками, а й за іміджем. У межах габітуальної моделі «на землі» респонденти спонтанно не називали бренди одягу, взуття, мобільних телефонів чи побутової техніки; після зондування питання бренду відповідали з певної іронією, що це важливо для тих, хто живе в місті, а їм важливіше ціна і якість. Загалом усі респонденти фокус-групи – це передбачувані споживачі, які віддають перевагу вітчизняним продуктам та усталеним маркам.

Також фактор країни виготовлення товару важливіший, ніж назва бренду, зокрема, важливо, щоб взуття і побутова техніка не були китайськими. Якісний одяг може бути турецьким, взуття – українське. Зазначають, що в магазинах Носівки білоруський трикотаж вже не модний, попитом користується турецький одяг: «Зараз турецький одяг. Він більш якісний. Його привозять наче більше» (ж.). Зазначають, що зараз уже немає ніякого дефіциту і можна все обрати до смаку в Носівці, або замовити на речовому ринку, і це привезуть наступної середи, або замовити в Інтернеті й забрати на «Новій пошті». Практика, коли комівояжери привозили в село

одяг із фабрики, від виробників, давно в минулому, як і практика спеціально просити родичів з міста чи сусідів привозити одяг.

Не підтвердилась гіпотеза про довший цикл життя речей (за якою речі не викидають, а ремонтують). Респонденти частіше купують вживаний повсякденний одяг на секонд-хенді в Носівці. Більшість користуються ним, хоча й соромляться про це говорити – пояснюють, що купують одяг для роботи і для домашнього вжитку. А от пошук брендового, незвичайного, стильного одягу в секонд-хенді викликає нерозуміння, купівлі в секонд-хенді мають суто функціональне навантаження. Індивідуальне пошиття, послуги кравця на селі – така практика існує, але користуються рідко: *«Є майстрині. Одяг на свята пошити, або якщо людина щось хоче чи підшити, чи залатати. Це є таке у нас»* (ж.).

Перейдемо до аналізу відповідей про частоту практик купівлі та цілі відвідування інших населених пунктів. Зазвичай намагаються комбінувати покупки з іншими справами в місті, а коли роботи на землі багато, тоді вистачає магазину в селі й речового ринку щосереді. Встановити закономірності за частотою покупок у місті всередині габітусу «на землі» не вдалося, але загалом бувають у Носівці в середньому двічі на місяць. Найчастіше мешканці Яблінувки спеціально заходять у супермаркет «Фора» у Носівці, а жінки – в магазин «Єва», практично всі мають дисконтні картки цих мереж.

Цікаво, що, оцінюючи супермаркет, на відміну від відгуків про магазини в селі, з'являються ознаки іміджевого сприйняття, коли відвідання сприймається як дозвілля, екскурсія, приємна подія, що викликає інтерес: *«Я ходжу, щоб вбити час та на екскурсію»* (ж.); *«Ходжу подивитися»* (ч.); *«Більший вибір»* (ж.). Продукти у «Форі» сприймаються як якісніші, хоча й дорожчі: *«Там продукти харчування всі якісні. Не зіпсовані». «Масло в них як масло, молоко, як молоко». «Там дорожче». «Там просто більше контролю за якістю».*

У селі немає перукарні, тому стрижуться на дому у знайомих, відгуки про це часто жартівливі – іноді можуть підстригти погано. *«Тут є спеціалісти. Як підстригли, так і ходитимеш»* (ж.); *«Волоси – не зуби, відростуть»* (ж.). Цікаво, що яскравий і сучасний манікюр (т.зв. «шилак») мають три з п'яти жінок на фокус-групі:

кейси фермера Оксани, майстрині машинного доїння Тамари, домогосподарки Людмили. Говорять, що роблять такий манікюр у Носівці, але дуже хочуть, щоб з'явився гарний майстер на селі.

Підсумовуючи наведені ілюстрації щодо стилів споживання, зазначимо, що найбільш традиційні, ощадливі у витратах протягом року – самозайняті в ОСГ і орієнтовані на накопичення. Фермери не такі традиційні, частіше роблять великі покупки техніки й худоби і також мають значну сезонність у витратах і прибутках. Наймані працівники частіше роблять дрібні імпульсивні покупки, які раціоналізуються через знижки.