

СОЦІОЛОГІЧНІ ВИДАННЯ: РОЗДУМИ, РЕЦЕНЗІЇ

ОЛЕНА МУРАДЯН,

кандидат соціологічних наук, декан соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна (61022, Харків, м. Свободи, 6)

OLENA MURADYAN,

Candidate of Sciences in Sociology, Dean of the Department of Sociology, V.N. Karazin National University of Kharkiv (6, Svobody Sq., Kharkiv, 61022)

o.s.muradyan@karazin.ua

<https://orcid.org/0000-0003-0990-9635>

ОЛЕКСІЙ МУСІЄЗДОВ,

доктор соціологічних наук, професор кафедри соціології Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна (61022, Харків, м. Свободи, 6)

OLEKSIY MUSIYEZDOV,

Doctor of Science in Sociology, Professor at the Department of Sociology, V.N. Karazin National University of Kharkiv (6, Svobody Sq., Kharkiv, 61022)

musiyezdov@karazin.ua

<https://orcid.org/0000-0002-2929-7333>

Про цінності та про українців



Костенко, Н. (ред.), Ручка, А., Скокова, Л. та ін. Цінності та ціннісні зміни в сучасному суспільстві: тренди та перспективи. Київ: Інститут соціології НАН України, 2020. 358 с.

Серед гостро актуальних тем соціологічних досліджень тема цінностей є чи не найактуальнішою вже кілька десятиліть поспіль. При цьому тематика цінностей принципово відрізняється від модних тем своєю фундаментальністю. Нескладно помітити — проблеми, що раз по раз виносяться на гребінь хвиль популярності завихреннями світової соціологічної думки, часто грішать суто сьогочасною яскравістю. Чутливість до масової кон'юнктури, «грантоспрямованість», залежність від медійного та комерційного попиту закономірно зміщують погляд дослідників до проблемного фокусу «газетних передовиць і трендів соцмереж». Безумовно, цей фокус заслуговує на пильну увагу, проте не вичерпує дослідницького поля соціології. Превалювання скороминущих, поверхневих тем над усіма іншими темами загрожує перетворити соціологію на

Цитування: Мурадян, О., Мусієздов, О. (2021). Про цінності та про українців. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 4, 190–195.

служницю публіцистики та політичного блогінгу, чи не повністю позбавивши її наукової цінності.

Як бачимо, навіть початок рецензії на монографію, присвячену дослідженню цінностей, містить сліди рекурсивного використання цього поняття. Це є цілком природним для слова, що поєднує властивості строгого наукового терміна і повсякденної загальноживаної лексики. У цій подвійності відображено пізнавальні масштаби поняття «цінності»; вони ж, своєю чергою, зумовлюють сплав стійкої популярності з фундаментальністю.

Водночас соціологічне дослідження цінностей — тема, до якої нелегко підступитися: аби отримати результат і дійти висновку, що вкладеться буквально в один рядок популярного соціологічного огляду чи то новинного повідомлення, треба великому колективу докласти зусиль, виконавши роботу тривалістю в кілька років. Тим ціннішим (!) видається вихід друком присвяченої аналізу ціннісної динаміки монографії, підготованої науковим колективом, який має чималий багаж досліджень цієї тематики. Фундаментальність тематики цінностей в соціології парадоксальним чином поєднується із особливою значущістю досліджень їхньої динаміки: саме через фундаментальність цінності виглядають «непохитними» у своїй монументальності, позбавленими здатності до змін. Звісно, то є ілюзія; формуванню цієї ілюзії сприяє неочевидність ціннісної динаміки; і вона ж ускладнює дослідницькі завдання в цьому полі. Саме тому публікації, подібні за масштабами матеріалу до рецензованої колективної монографії, заслуговують на виняткову увагу й підтримку.

У першому розділі «Ціннісні трансформації в сучасному суспільстві: концептуальні константи» автори демонструють увесь арсенал дослідницьких перспектив концепту «цінності» у соціологічному пізнанні. Цікавим тут є занурення у використання предметної ідентифікації цінностей з позиції естонського соціолога Ю. Саранійта, в індивідуальний соціальний аспект цінностей з позицій українського дослідника В. Осовського, згадування антропологів Ф. Клакгона та Ф. Стрдобека, класиків соціологічної компаративістики в ціннісному вимірі культури — від Р. Інглгарта до Ч. Гемпден-Тернера. Все підводить до вивчення нових правил гри за нових умов — соціології оцінювання та практик вимірювання: як саме ми візуалізуємо, унаочнюємо цінності? Тут слід окремо подякувати авторам за посилання на огляд Е. Берман та Д. Гіршмана, який присвячено рецензуванню 8 книг за останні роки з проблематики сучасного стану соціології квантифікації. Це мотивує занотувати та окремо ознайомитись із зазначеною працею, бо питання «хто є ключовими акторами у нових технологіях збирання даних?» постає вкрай часто перед тими, хто працює із кількісними вимірюваннями.

Розділ 2 «Ціннісна ментальність соціуму: рухи та флуктуації» демонструє особливості динаміки ціннісних пріоритетів українців у короткостроковому та довгостроковому трендах за програмою «аксіомоніторинг» у період 1991–2020 років, що було здійснено в рамках 13 репрезентативних загальнонаціональних опитувань Інститутом соціології НАН України. Чи є більш достовірне джерело інформації щодо дослідження цінностей в Україні, яке б мало зазначену вище наукову цінність на сьогоднішній день? Відповідь очевидна.

Знову і знову читачі повертатимуться до викладеного в цьому розділі аналізу та замислюватись над синдромом субдомінантних цінностей (дані 2014–2020 років): державна незалежність України, створення в суспільстві рівних можливостей для всіх, сприятливий морально-психологічний стан у суспільстві, цікава робота,

суспільне визнання, демократичний розвиток країни, відсутність значного соціального розшарування, незалежність у справах, судженнях, вчинках, можливість висловлювати думки з політичних та інших питань, не побоюючись за особисту свободу (який був суттєво зменшений за своєю кількістю у 2020 році і включав в себе вже лише 4 перші цінності з наведеного переліку).

Особливості динаміки ціннісних пріоритетів населення пояснюються більшою мірою механізмом акліматизації, адже в умовах недостатнього забезпечення можливостей для того, щоб реалізувати цінності, рейтинг їх знижується у людській ментальності, на думку авторів... Над цим можна довго розмірковувати: чи працює таке пояснення не лише для інструментальних цінностей, але й для термінальних, глибинних? Як пояснити таку сензитивність цінностей до параметру «можливості реалізації»?

Дослідникам та дослідницям нових стилів життя окремо радимо звернути увагу на дані щодо вирізнення трьох людських типів залежно від такого психологічного чинника, як локус контролю: екстернальний (життя та його події більшою мірою пояснюються залежністю від зовнішніх обставин), інтернальний (орієнтація на особисті якості та здібності) та інтернально-екстернальний типи людини. Інтерналі, які переважно орієнтуються на цінності індивідуалізації, а також на цінності публічного життя, являють собою сьогодні найактивніший людський тип. Його кількісна складова зростає, що дає підстави авторам вбачати конструктивний вплив на розвиток індивідуального та суспільного життя в Україні. А у читачів є стимул поміркувати над тим, до яких змін це призведе в умовах затяжної пандемії.

Що ж до довгострокових ціннісних трендів, то кожна декада проаналізована тут з позиції розбудови українського суспільства та тих подій, що зумовили падіння рівня життя переважної більшості суспільства у першій декаді, початку економічного зростання й політичного загострення — у другій, та надзвичайних подій останнього десятиліття — у третій. За умов кількох економічних криз, глибокої соціальної нерівності, періодичної політичної напруженості, соціокультурної неоднозначності (в термінології авторів) рейтинги цінностей змінюються навіть в часових межах однієї декади. Аналітично виокремлюються чотири ціннісні синдроми: безпека — охоплює вітальні цінності; соціальний комфорт — охоплює просоціальні цінності; самореалізація — охоплює самореалізаційні цінності (саморегуляція здібностей і талантів); демократія — охоплює демократичні політико-громадянські цінності. У зростанні рейтингу останніх вбачається створення єдиного демократичного ціннісно-сміслового фундаменту суспільного життя країни. 2021 рік і COVID-19, гадаємо, внесуть свої корективи у вагу цих синдромів, що буде відображено у даних моніторинрів. Проте траєкторія розвитку намічена: вона залежатиме від адекватної оцінки ризиків державної політики та суспільної комунікації, усвідомлення наявних розбіжностей в ціннісних преференціях у різних регіонах країни, що продемонстровано крізь призму динаміки індексів значущості цих ціннісних синдромів за період 2014–2020 років.

Розділ 3 «Домінантні суспільні дискурси: ціннісна присутність» підводить читачів до концептуальної моделі відносин цінностей і панування в інститутах влади: новий рівень солідарності, секуляризоване джерело легітимації, мотиваційна модель влади, «пересування» цінностей, локальний «простір появи» — все це авторами монографії вкрай цікаво представлено крізь розмірковування щодо пошуку нових підстав та умов легітимації влади. Публічна сфера розглядається як уні-

версальна і множинна у підрозділі «Ціннісні імплікації публічного і приватного в інтелектуальних моделях та громадянських актах» очима Г. Арендт, Ю. Габермаса, Ш. Муфа, Дж. Батлер, Дж. Агамбена, М. Фуко та ін. Набагато більше за наведених у розділі прикладів виникає асоціацій із сьогоденням та нещодавніми подіями у країні. І тут постають питання щодо відповідальності медіа за збуджувані у громадській думці реакції, особливо в той час, коли медіапублічна сфера структурно і сутнісно змінюється. Цей аналіз підводить нас до нових питань, що до останнього десятиліття навіть не продукувалися, наприклад: «Якою має бути юридична гігієна у соціальних мережах?»; «Дописувач у соціальних мережах — це громадський журналіст?»; «Чи можливий повний контроль індустрії комунікацій?» тощо.

У розділі 4 «Аксіосфери сучасних медіа» йдеться про те, яким чином цінності побутують в українських медіа.

Посилаючись на ідеї Ж. Бодриєра, Ф. Джеймсона, М. Фуко, Ж. Дельоза та ін., автори намагаються описати українську ситуацію в термінах симуляції — що, звичайно, має сенс. Ілюструється вона тим, що автори називають «рівнем медіаскептицизму» — рівнем недовіри до українських ЗМІ. Автори показують, що цей рівень зріс від 2013 до 2020 року. Регіональний розподіл показує меншу довіру до українських ЗМІ на Донбасі та на Сході й більшу — на Заході. Цей розподіл є досить передбачуваним, оскільки лояльність до національних медіа можна вважати показником лояльності до держави, який різниться за регіонами. Цікавим є інше спостереження — рівень довіри до ЗМІ в цілому та до інтернету зменшився у 2020 році порівняно з 2019-м: зовсім не довіряли інтернету 3% у 2019-му і 12% у 2020-му, цілком довіряли відповідно 10% і 2%; що ж до ЗМІ, то довіряли або цілком довіряли їм 30% у 2019 році і 18% у 2020-му. Видається, що саме ця тенденція краще ілюструє «розвіртуалізацію» нинішньої влади, яка очевидним чином не могла залишитися в межах створеного у 2019 році симулякра, й вимушена була підтверджувати його реальними діями, які виявилися далекими від очікувань від створеного напередодні виборів образу.

Особливою темою останніх двох років стала тема пандемії коронавірусу. Цікаво, що сприйняття інформації, яка стосується цієї теми, має своїм тлом уявлення про те, яким політичним гравцям належать ті чи ті канали комунікації. І довіра до певного змісту повідомлень на тему коронавірусу залежить від політичних уподобань споживачів медіаконтенту. Це спостереження заслуговує на подальші дослідження й конкретизацію.

Аналізуючи різний ступінь довіри до ЗМІ та інтернету, автори виокремлюють п'ять груп респондентів: 1) тотальні скептики (22%), 2) критики інтернету й ті, хто виявляє невпевненість у ЗМІ (13%), 3) критики ЗМІ й ті, хто виявляє невпевненість в інтернеті (23%), 4) ті, хто виявляє довіру до інтернету та лояльність до ЗМІ (15%), 5) ті, хто не визначився (27%). Інколи досить важко зрозуміти, що саме поєднує людей у такі групи — за винятком хіба що групи тотальних скептиків, що містить переважно людей віком 30–55 років з вищою освітою, які мешкають у відносно великих містах (250 тис. — 1 млн жителів). Щодо інших груп ситуація не дуже зрозуміла — імовірно людям важко відповідати про довіру до того чи іншого типу медіа в цілому, оскільки як у ЗМІ, так і в інтернеті є канали, які викликають більшу довіру, а інші — меншу, тож, можливо, відповіді респондентів були частково ситуативними. На користь такого припущення говорить і велика частка тих, хто не визначився. Відтак і робити інші змістовні висновки теж досить важко. Мабуть, це свідчить про необ-

хідність розвивати соціологічні інструменти таким чином, щоб вони могли краще вхопити досліджувані відмінності.

Водночас автори уточнюють сприйняття та рівень довіри до ЗМІ та інтернету як джерел суспільно-політичної інформації на підставі фокус-групових інтерв'ю. Результати досить детально описують чинники довіри до цих джерел, способи взаємодії з ними (вибірковість сприйняття, добір джерел, орієнтацію на тих, кому довіряв раніше, слабке заглиблення у зміст тощо), а також усвідомлення респондентами можливих маніпуляцій, які мають місце при поданні суспільно-політичної інформації.

Такі маніпуляції та взагалі способи сортування інформації в наш час дуже сильно пов'язані з використанням технічних засобів відбору — алгоритмів, які на основі певних даних «вирішують», яка інформація потрапить до стрічки новин конкретного споживача. І це лише найпростіший приклад взаємодії задіяних у побутуванні сучасних медіа human та non-human агентів, якій автори приділяють увагу в цьому розділі.

У праці проаналізовано також характеристики користувачів соціальних мереж. Очікувано більша частка користувачів у молодших групах, серед більш освічених, зокрема студентів, та серед підприємців, і менша — серед старших людей, пенсіонерів, робітників, осіб з нижчим рівнем освіти. Головними мотивами користування соцмережами є спілкування, отримання інформації про друзів і знайомих, поширення інформації про себе. Поряд із тим дослідниками виявлено переваги користувачів щодо окремих соціальних мереж залежно від основної активності у мережах. Зокрема, ті, хто звертається до соціальних мереж насамперед для спілкування з друзями та знайомими і для розваг, найчастіше користуються «Однокласниками» та «Вконтакте»; публічні обговорення більш запитувані користувачами «Facebook» і «Twitter»; орієнтація на споживання різного роду новин притаманна користувачам «Facebook», «Youtube» та «Instagram» (остання мережа є більш популярною серед молоді).

Розділ 5 «Аксіологія залучення I: Культурні впливи» присвячено проявам цінностей у практиках — від політичних до культурно-дозвілєвих.

Автори нагадують, що тип громадянської культури, яка забезпечує життєздатність демократичних інститутів мусить містити такі складники розуміння свого зв'язку із суспільством, як компетентність, відповідальність, причетність. Натомість у пострадянському суспільстві поширеними є патерналізм, інституційна недовіра, турбота про «своїх» та тенденції соціальної ізоляції. Спираючись на дослідження, автори виокремлюють певні групи за критеріями громадянської активності (висока — низька) та залученості/відчуженості від політичного процесу:

- «Тотально відчужені» (7%),
- «Болото» (16%),
- «Піддані» (40%),
- «Небайдужі скептики» (24%),
- «Громадяни» (13%).

Автори описують кожна з цих груп і стверджують, що, на жаль, більшості українського суспільства властива така громадянська культура, яка не сприяє розвитку демократичних інститутів.

Поряд із тим автори вдаються до ідеї М. Гальббакса, П. Рикера, П. Нора та ін. для висвітлення явищ, пов'язаних з пам'яттю та цінностями в сучасному українському

суспільстві. В цьому контексті також аналізуються мовні та культурно-дозвілєві практики. В усіх цих випадках акцентується ціннісний чинник вибору — чи відповідає певна «пам'ять», мова чи спосіб дозвілля тим цінностям, які поділяють люди.

У розділі 6 «Аксіологія залучення II: Ціннісна парадигма доповненої реальності в мистецтві» автори наголошують, що в той чи інший спосіб доповнена реальність існувала чи не завжди, зокрема у мистецтві. Так, зображення речей, які не відповідають реальності (зокрема, ідеалізованих образів кращого суспільства чи людей, які мають слугувати прикладом), завжди доповнювали «реальну» реальність. Інтерпретації міри необхідності таких доповнень, звичайно, змінювалися впродовж історії, так само як змінювалися й аргументи на користь таких доповнень (умовно кажучи — від «суспільного просвітництва» до «автономії митця»). Тож цікавим є питання, якою мірою і які саме цінності зумовлюють певне ставлення до можливих доповнень такого роду, а також до мистецтва в цілому та тих чи тих його різновидів, проявів, окремих творів тощо. Відповідати на ці питання автори намагаються, звертаючись до теоретичного осмислення цих процесів.

Цінності є однією з провідних тем як наукового теоретизування, так і ідеологічного обґрунтування політичного вибору. Концепт цінностей є одним з інструментів пояснення поведінки людини в суспільстві. І цей інструмент загалом непогано працює. Але дедалі частіше доводиться стикатися з тим, що автори називають «неузгодженістю ціннісних пріоритетів» — ситуаціями, коли в певних умовах причиною поведінки можуть бути такі поєднання цінностей, які за логікою не могли б існувати (наприклад, поєднання цінностей «комуністичних» із «релігійними» або «ліберальних» із «патріотичними»). Очевидно, такі ситуації потребують більш точних та більш чутливих засобів дослідження. Як такий засіб автори пропонують концепцію «множинності ціннісних просторів локального», ознайомлення з якою, на наш погляд, нікого не залишить байдужими.

Слід зазначити, що висловлені у нашій рецензії зауваження та поставлені питання є продуктом індивідуального сприйняття. І це є свідченням ще однієї незаперечної переваги розглядуваної монографії: вона змушує читача занурюватися у проблематику настільки глибоко, що виникає персональна, особиста зацікавленість, яка не може не породжувати й особисту позицію щодо поданого матеріалу та висновків із нього. Ця монографія провокує читача до власного пошуку, і навіть якщо цей пошук буде обмежено осмисленням наведених у монографії даних і результатів, це вже буде вельми значущим науковим ефектом.

Отримано 18.10.2021