

УДК 316.654:316.343.622     *О.Рахманов,*  
*кандидат соціологічних наук*

## **ОБРАЗ ВЛАСНИКІВ ВЕЛИКОГО КАПІТАЛУ В МАСОВІЙ СВІДОМОСТІ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ**

*Стаття присвячена аналізу образу власників великого капіталу в масовій свідомості українського суспільства. Виявлено, що ставлення до них зумовлюється віком, освітою, типом поселення, рівнем доходу та матеріальним статусом громадян. Суттєвий вплив на формування образу власників великого капіталу також мають ідеологічні преференції респондентів стосовно економічного розвитку України.*

**Keywords:** *large capital owners, mass consciousness.*

**Ключові слова:** *власники великого капіталу, масова свідомість.*

**Ключевые слова:** *собственники крупного капитала, массовое сознание.*

За ринкових умов у постсоціалістичних суспільствах утворився прошарок власників великого капіталу, який логічно здобув найбільший зиск від соціально-економічних перетворень. Сучасна поляризація українського суспільства на бідних і багатих актуалізує проблему ставлення населення до власників великого капіталу. Це ставлення залежить від того, який образ великих власників склався у масовій свідомості. У цьому сенсі вирізняються не лише реальні риси та якості, які притаманні цьому образу, а й присутня певна суб'єктивна оцінка. Образ власників великого капіталу в масовій свідомості є складним утворенням, яке формується на основі: 1) рівня поінформованості щодо функціонування ринкової економіки, її

суб'єктів; 2) сприйняття діяльності великих власників у контексті оцінки економічних перетворень (приватизації, характеру структури економіки); 3) ідеологічних переконань населення, які екстраполюються на сприйняття великих власників; 4) матеріального статусу в контексті сприйняття багатих людей.

Аналізуючи економічну ментальність українського етносу, зокрема народні прислів'я і приказки, Т.Єфременко констатує переважно негативне ставлення до багатіїв. Проводяться паралелі між минулим сприйняттям багатіїв та сучасним. “Про багатьох новоспечених бізнесменів і нуворишів люди сьогодні кажуть: не “заслужив” або “домігся”, а “зумів”, “нахапався”. Трудова основа власності поступається місцем корисливому інстинкту і нестримному загарбанню, висуваючи на перший план права, а не генезу походження власності. Тому слідом за західними традиціями священності й недоторканності приватної власності, що, справді, мають багатовікові корені, наші “буржуа” квапляться “освятити” своє невідомо як і за рахунок чого здобуте багатство, забуваючи свої національні моральні корені” [1, с. 111].

Якщо взяти до уваги сучасне ставлення громадян України до приватних власників, то існують відмінності у ментальному образі приватних власників за характером та масштабами чинників виробництва. Провівши дослідження почуттів, викликаних різними категоріями приватних власників засобів виробництва в українському суспільстві, В.Резнік констатує стан нелегітимності приватної власності на великі підприємства; натомість зафіксовано стан легітимності приватної власності на малі підприємства та землю. Йдеться про те, що власники малих підприємств та власники землі, оброблюваної самотужки, викликають більші симпатії, ніж власники великих підприємств та власники землі, оброблюваної найманими працівниками. Резнік припускає, що своєрідною умовою соціальної легітимності приватних власників чинників виробництва є їхня власна праця, а умовою со-

ціальної легітимності відповідної приватної власності – її трудовий характер. Причина соціально-конструктивної природи малих підприємств та земель, що обробляються самотужки, вбачається у поєднанні в особі їхнього власника трьох мотивів суспільно значущої поведінки: мотив власника, мотив підприємця та мотив працівника [2, с. 462–465]. Таким чином, у науковому середовищі поширена думка, що українське суспільство переважно негативно ставиться до багатіїв, великих власників, ставлячи під сумнів легітимність приватної власності на великі підприємства.

Однак, як свідчать соціологічні обстеження цієї проблеми, така категоричність безпідставна. Зокрема, результати відповідей на запитання *“Яке Ваше ставлення до багатих людей?”*, яке було поставлене в рамках моніторингового дослідження Інституту соціології НАН України у 2002 р., засвідчило, що 20% населення зазначили переважно позитивне ставлення, а 18,8% – переважно негативне. Більшість респондентів (61%) ставиться нейтрально [3, с. 611]. Відповідаючи на запитання *“Як Ви ставитесь до людей, котрі стали багатими протягом останніх років?”*, яке задавалося в рамках моніторингового дослідження Інституту соціології НАН України у 2004 р., 15,4% населення зазначили негативне ставлення (з ненавистю або презирством, із заздрістю); 27,5% опитаних відзначили позитивне ставлення (з повагою, з цікавістю), 55% – зазначили нейтральне ставлення (як і до всіх інших, байдуже) [4, с. 687].

Отже, за домінуючого нейтрального ставлення громадян України до багатих людей все ж їхні позитивні оцінки дещо переважають негативні. Якщо порівняти ці дані з подібними обстеженнями, які проводяться в Росії, то українські громадяни виглядають більш толерантними порівняно з російськими. Зокрема, 9–13 листопада 2007 р. Центр Левади провів репрезентативне для дорослого населення опитування 1600 росіян, в якому ставилось запитання *“З якими почуттями Ви ставитесь до людей, які*

*розбагатіли за останні 10–15 років?*”. Отримано такі відповіді: у 27% населення Росії багатії викликали негативні почуття (роздратування, презирство, ненависть), у 25% – позитивні (повага, співчуття, інтерес) та у 45% – нейтральні [5]. Інше дослідження Центру Левади засвідчує, що існує тенденція до зростання в російському суспільстві негативного ставлення до найбагатших людей, які з’являються у списках різних часописів. Зокрема, 2–5 червня 2010 р. було проведено опитування за репрезентативною вибіркою 1600 росіян віком 18 років і старші у 130 населених пунктах 45 регіонів країни, яке виявило, що лише 6% населення ставиться загалом позитивно (з гордістю та задоволенням) до найбагатших людей Росії, натомість 53% громадян ставляться до них негативно (з роздратуванням, обуренням та ненавистю) [6].

Незважаючи на поширену думку про засилля транснаціональних компаній та компраторський характер місцевої буржуазії, українські громадяни цілком чітко вирізняють суб’єктів соціально-економічних перетворень у країні. Відповідаючи на запитання *“Як Ви вважаєте, у чийх інтересах насамперед здійснюються економічні реформи в Україні?”*, яке ставилося в рамках моніторингового дослідження Інституту соціології НАН України у 2004 р., 56,9% респондентів зазначили, що в інтересах вітчизняних олігархів, 7,5% – в інтересах зарубіжних олігархів, 11,7% – в інтересах більшості населення, 4,7% – ні в чийх інтересах, 18,9% – не визначилися [4, с. 683]. Це підтверджується опитуванням соціологічної служби Центру Разумкова в 2008 р.<sup>1</sup> Відповідаючи на запитання

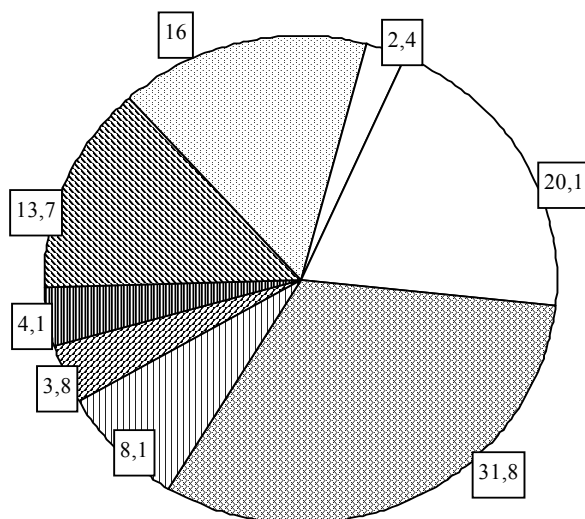
---

<sup>1</sup> Дослідження проведене соціологічною службою Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова з 19 по 25 червня 2008 р. Було опитано 2014 респондентів віком від 18 років у всіх областях України, Києві та АР Крим за вибіркою, що репрезентує доросле населення України за основними соціально-демографічними показниками. Теоретична похибка вибірки (без урахування дизайн-ефекту) не перевищує 2,3% з імовірністю 0,95.

**“На що насамперед спрямована соціально-економічна політика влади?”**, 47,4% населення вказали на підтримку великого капіталу (багатих, олігархів), 12,4% – на формування і підтримку середнього класу, 18,4% – на підтримку малозабезпечених і непрацевдатних (нижчого класу, бідних). Водночас така суб’єктивність достатньо критично сприймається у суспільстві. Згідно з соціологічним дослідженням *“Громадська думка в Україні–2007”*, проведеним Інститутом соціології НАН України, більшість опитуваних згодна з такими твердженнями, як *“великі компанії мають сьогодні забагато влади в українському суспільстві”* (згодні 78,3% населення) та *“компанії приносять вигоду власникам за рахунок працівників”* (згодні 81,4% населення) [7, с. 488]. Усе це демонструє соціальні суперечності, породжені відсутністю громадянського суспільства, коли великі власники можуть безконтрольно і безкарно визискувати своїх працівників, маючи беззаперечний вплив на політичні процеси країни.

Для детального аналізу образу великих власників та його чинників формування у масовій свідомості населення України було використано масив соціологічних даних загальнонаціонального репрезентативного омнібусу *“Громадська думка в Україні–2007”*. Методом роздаткового анкетування за місцем постійного проживання було опитано 1800 респондентів, які за статтю, віком, рівнем освіти й типом поселення репрезентують доросле населення України віком від 18 років. При відповіді на запитання *“Яке почуття у Вас викликають приватні власники великих підприємств?”*, у свідомості респондентів актуалізувався ментальний позитивний чи негативний образ власників промислового капіталу, оскільки саме приватизовані підприємства найбільше асоціюються з формуванням верстви великих власників (рис.).

Обрані респондентами альтернативи шкали опосередковано відбивають їхню загальну негативну (ненависть, презирство та роздратування), позитивну (інтерес, співчут-



**Рис.** Розподіл відповідей респондентів на запитання про почуття, які в них викликають приватні власники великих підприємств 2007 р. (%)

тя та повага) або нейтральну (ніяке та важко відповісти) емоційну налаштованість стосовно власників великого капіталу. Якщо об'єднати результати обраних емоцій за спрямованістю, то приватні власники великих підприємств серед 21,6% населення України викликають негативні почуття, 38,5% – позитивні почуття, а 39,9% – нейтральні. Той факт, що лише серед п'ятої частини дорослого населення України образ власників великого капіталу наділений негативними рисами, вочевидь розходиться з традиційним переконанням про вкрай негативне сприйняття сформованої верстви.

Для з'ясування соціальних чинників формування образу приватних власників великих підприємств було проведено двовимірний аналіз соціально-демографічних характеристик груп респондентів, які виявили до них негативні, позитивні та нейтральні почуття (табл. 1).

**Таблиця 1**

**Соціально-демографічна характеристика групи респондентів, які відповіли на запитання “Яке почуття у Вас викликають приватні власники великих підприємств?”, 2007 р. (%)**

Соціально-демографічні показники	Яке почуття у Вас викликають приватні власники великих підприємств?			
	Негативні	Позитивні	Нейтральні	
	Ненависть, презирство, роздратування	Інтерес, співчуття, повага	Ніяке	Важко сказати
<i>Тип поселення</i>				
Київ	18,8	31,3	38,5	11,5
Місто з населенням понад 250 тис. осіб	20,1	41,7	29,2	9,0
Невелике місто	20,2	40,0	33,5	6,4
Село	24,9	35,0	32,0	8,2
<i>Регіон</i>				
Захід	22,3	40,7	26,6	10,3
Центр	23,6	38,5	28,7	9,1
Південь	13,1	43,0	38,3	5,6
Схід	24,5	33,7	34,5	7,3
<i>Національність</i>				
Українець	21,8	38,0	31,8	8,5
Росіянин	20,1	40,1	33,1	6,8
<i>Вік</i>				
18–29 років	17,0	45,9	32,1	5,0
30–54 років	19,9	42,5	28,9	8,6
55 і старші	27,6	26,3	36,6	9,6
<i>Освіта</i>				
Початкова, неповна середня	26,9	26,0	35,6	11,5
Середня загальна	22,1	34,2	35,6	8,1
Середня спеціальна (технікум, училище, коледж)	19,4	41,7	30,1	8,7
Перший ступінь вищої освіти (бакалавр)	18,8	45,1	30,6	5,5
Повна вища освіта (спеціаліст, магістр, аспірантура, вчений ступінь)	20,7	46,8	27,5	5,0

Варіативний характер образу приватних власників великих підприємств зумовлюється відмінностями соціально-демографічних характеристик. Можна констатувати, що формування цього образу ніяк не пов'язане з особливостями етнокультурного чи регіонального розмаїття України, оскільки належність до певного етносу та регіону не передбачає якихось суттєвих відмінностей у сприйнятті великих власників. Натомість простежується вплив поселенського чинника: негативні почуття зростають із зменшенням населеного пункту, а позитивні почуття більше поширені серед мешканців міст. Очевидно, що віддаленість мешканців села від промислових об'єктів позначається на їхньому рівні поінформованості стосовно суб'єктів індустріальної власності. Цікаво, що жителі столиці подібно до мешканців сіл вирізняються низькими позитивними почуттями, водночас на відміну від селян вони мають найнижчі показники негативних почуттів. Це пояснюється тим, що серед киян найбільше з усіх поселенських груп тих, хто нейтрально ставиться до великих власників.

Аналіз засвідчив, що формування почуттів, які викликають приватні власники великих підприємств, визначаються двома чинниками – віком та освітою. Простежується пряма залежність: чим менший вік, тим позитивніше сприймаються власники великих підприємств. Цікаво, що вікова когорта 55 і старші відрізняється від решти вікових груп своїм неоднозначним ставленням до великих власників, натомість молодь та люди середнього віку вирізняються більш позитивними почуттями. Якщо взяти до уваги освітній чинник, то тут простежується чіткий зв'язок: із зростанням рівня освіти збільшується кількість тих, хто позитивно ставиться до великих власників. Характерним є той факт, що відчутне зростання позитивних почуттів спостерігається серед тих, хто здобув позашкільну освіту (закінчивши вуз, технікум, коледж, училище).

Певний вплив на ставлення респондентів до багатих має дохід. У тих, хто має негативні почуття стосовно великих власників, середній показник заробітної плати (сти-



пенсії, пенсії) за останній місяць (2007 р.) складав 682 грн, натомість серед тих, хто зазначив позитивні почуття, середній показник заробітної плати складав 824 грн. Це підтверджується розподілом груп населення за самооцінкою рівня доходу (табл. 2). Відповідаючи на запитання “До якої категорії Ви віднесете свою сім’ю за рівнем доходу, добробуту Вашої сім’ї?”, ті громадяни, які себе віднесли до незаможних верств – злиденні та бідні, більшою мірою відчувають негативні емоції стосовно власників великих підприємств, але починаючи з тих, хто себе відніс до трохи нижче середніх, переважає позитивне ставлення.

Досить чітку картину відмінностей у поглядах дає розподіл груп населення стосовно бажаної структури економіки (табл. 3). Зростання прихильності до великих влас-

Таблиця 2

Розподіл груп населення за самооцінкою рівня доходу, які відповіли на запитання “Яке почуття у Вас викликають приватні власники великих підприємств?”, 2007 р. (%)

Категорія сім’ї	Яке почуття у Вас викликають приватні власники великих підприємств?			
	Негативні	Позитивні	Нейтральні	
	Ненавість, презирство, роздратування	Інтерес, співчуття, повага	Ніяке	Важко сказати
Злиденні	42,5	12,5	35,0	10,0
Бідні	32,8	25,7	33,1	8,3
Трохи нижче середніх	21,4	37,8	32,2	8,5
Середні за доходом	14,1	48,6	31,4	5,9
Трохи вище середніх	15,0	56,7	26,7	1,7
Зможні	0,0	75,0	25,0	0,0
Багаті	0,0	50,0	0,0	50,0
Важко відповісти	13,8	32,8	25,9	27,6

*Примітка.* Групи респондентів “зможні” та “багаті” для статистичного аналізу представлені недостатньо.

ників пов'язане із зростанням підтримки присутності приватної власності в економіці. Серед прихильників економіки виключно на основі державної власності переважають негативні оцінки. Однак уже серед тих, хто передбачає рівномірність присутності державної та приватної власності у структурі економіки, переважають прихильники великих власників. Очікувано, що серед прихильників домінування приватної власності також домінують позитивні почуття стосовно власників великого капіталу.

Те, що образ власників великого капіталу формується під впливом ідеологічних преференцій, свідчить й інший факт: серед тих, хто підтримує прихильників соціалізму, 32,9% ставляться негативно до приватних власників великих підприємств, 27,6% – позитивно; натомість серед тих, хто підтримує прихильників капіталізму, лише 10% став-

Таблиця 3

**Розподіл груп населення стосовно бажаної структури економіки, які відповіли на запитання “Яке почуття у Вас викликають приватні власники великих підприємств?”, 2007 р. (%)**

Бажана форма власності у функціонуванні економіки	Яке почуття у Вас викликають приватні власники великих підприємств?			
	Негативні	Позитивні	Нейтральні	
	Ненавість, презирство, роздратування	Інтерес, співчуття, повага	Ніяке	Важко сказати
Тільки на основі державної власності	32,4	19,8	37,4	10,4
Переважно на основі державної власності	30,5	31,8	31,0	6,7
Нарівні на основі державної та приватної власності	16,6	50,6	26,9	5,9
Переважно на основі приватної власності	11,7	64,1	20,3	3,9
Тільки на основі приватної власності	8,0	56,0	32,0	4,0

ляться до великих власників негативно, натомість 65% – позитивно. Очевидно, що ідеологічні орієнтації респондентів досить чітко визначають їхню оцінку та почуття: для людей лівих поглядів ця верства – скоробагачки та експлуататори, для прихильників ринкової економіки – люди, які цілеспрямовано добилися визнання та впливовості.

Таким чином, образ власників великого капіталу в масовій свідомості громадян України не набув остаточної оцінки. В цілому переважають нейтральне та загалом позитивне сприйняття цієї соціальної верстви. Водночас, незважаючи на суспільне визнання суб'єктності великих власників у соціально-економічній трансформації, населення переважно критично ставиться до суперечливого розподілу доданої вартості великих компаній та стурбоване надмірним впливом великого капіталу на сучасну українську політику.

Виявлено, що формування образу приватних власників великих підприємств зумовлюється віком, освітою, типом поселення, рівнем доходу та матеріальним статусом. Молодь та люди середнього віку в цілому позитивно сприймають великих власників. Із віком ставлення до них зміщується в бік негативних емоцій. Рівень освіти також визначає ставлення до великих власників: українці, які продовжили вчитися після школи, проявляють більшу толерантність стосовно промислових багатіїв. За винятком Києва, де найбільше зафіксовано нейтральні почуття, більш позитивно до власників великого капіталу налаштовані мешканці міст. Із зменшенням розміру населеного пункту ставлення до них змінюється в негативний бік. Вплив матеріального статусу визначається тим, що із збільшенням доходу та самооцінки матеріального статусу зростає кількість позитивних почуттів.

*Література*

1. Єфременко Т. Економічна ментальність українського етносу / Т. Єфременко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2007. – № 2. – С.103–207.
2. Резнік В.С. Легітимація приватної власності як концепт соціологічної теорії / В.С. Резнік. – К. : Ін-т соціології НАН України, 2010. – 512 с.
3. Україна–2002. Моніторинг соціальних змін / за ред. д.е.н. В.Ворони, д.соц.н. М.Шульги. – К. : ІС НАНУ, 2002. – 668 с.
4. Українське суспільство 19940–2004. Моніторинг соціальних змін / за ред. д.е.н. В.Ворони, д.соц.н. М.Шульги. – К. : Ін-т соціології НАН України, 2004. – 705 с.
5. Отношение к высоким доходам / Пресс-выпуск Аналитического Центра Юрия Левады – 27.11.2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levada.ru/press/2007112703.html>.
6. Крупный бизнес, приватизация, долларовые миллиардеры, госкорпорации / Пресс-выпуск Аналитического Центра Юрия Левады – 21.07.2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levada.ru/press/2010072106.html>.
7. Українське суспільство 1992–2007. Динаміка соціальних змін / за ред. д.е.н. В.Ворони, д.соц.н. М.Шульги. – К. : Ін-т соціології НАН України, 2007. – 544 с.