

СОЦІОКУЛЬТУРНІ МІЛЬО В КЛАСОВІЙ СТРУКТУРІ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА¹

В статті аналізується концепція соціокультурних середовищ (мільо). Розглянуті основні теоретичні засади концепції, що викладені в роботах Міхаеля Фестера та Штефана Граділа. В ході даного огляду уточнено понятійний конструкт "соціокультурні середовища" ("мільо"). В статті також викладені результати дослідження, в ході якого була здійснена спроба застосувати концепцію соціокультурних середовищ до аналізу українського суспільства. Метою дослідження було визначити характер зв'язку між класовою (вертикальною) та ціннісною (горизонтальною) структурою українського суспільства, на підставі чого виявити прояви соціокультурних середовищ в суспільстві з подальшою інтерпретацією утворених мільо.

Ключові слова: соціокультурні середовища, мільо, соціальна структура, класова структура, ціннісні групи, Європейське соціальне дослідження

Сучасні теоретико – методологічні підходи до вивчення соціальної структури суспільства, як аналітичне виявлення його будови через класифікацію, типологізацію та ієрархізацію, все більше орієнтуються на синтез пізнавальних можливостей різних способів соціологічно-го пізнання. Це дає можливість забезпечити системність аналізу та виявити складні прояви феномену. В річищі цієї та на тлі " нової культуральної соціології" [Александр, 2007] отримує розвиток концепція соціокультурних мільо (середовищ), яка отримала обґрунтування в роботах німецьких дослідників Штефана Граділа та Міхаеля Фестера [Hradil, 2001; Фестер, 2008; Lange-Vester, 2006]

¹ Роботу виконано в межах бакалаврського проекту по кафедрі соціальних структур та соціальних відносин факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка; науковий керівник – професор Куценко О.Д., консультант – доцент Горбачик А.П.

та протягом 2000-х років застосовується в соціологічних та маркетингових дослідженнях соціокультурних відмінностей та стилів життя в суспільствах.

Між тим, до сьогодні пояснювальний потенціал концепції й методологія її застосування в емпіричних дослідженнях залишаються недостатньо визначеними; існують суттєві суперечності в інтерпретаціях співвідношення пізнавальних підходів класового аналізу та аналізу соціальних мільо, а також концептів соціального класу та соціокультурного мільо або ціннісного класу. Концепція потребує подальшої валідизації. Її застосування в суспільствах, які відрізняються високою нестабільністю та структурними змінами не гарантує того, що вона зможе виявити і пояснити взаємну динаміку культурних орієнтацій та розподілу статусів. Наукова література містить суттєві прогалини стосовно методології емпіричного дослідження мільо.

В даній роботі зроблена спроба розвитку методології емпіричного дослідження соціокультурних мільо та їх виявлення в класовій структурі українського суспільства.

Робота узасаднена на теоретичних розробках щодо інтерпретації соціокультурних середовищ та їх місця в структурі соціального простору суспільств, що викладені в роботах Штефана Граділа та Міхаеля Фестера [Hradil 2001; Фестер, 2008; Lange-Vester, 2006], а в широкій соціологічній перспективі – в працях Ф.Тьонніса, Е.Дюркгейма, П.Бурдьє [Тьоніс, 2005; Дюркгейм, 1996; Бурдьє, 1998]. На підставі даних теоретичних напрацювань уточнено дефініцію поняття соціокультурного мільо (середовищ (В англомовних соціологічних роботах як правило використовується, за французькою традицією, термін "мільо", що перекладається як "середовище".)), яким запропоновано позначати сукупність індивідів (або соціальні мережі) як представників конкретного соціального класу або статусної групи та відносин між ними, які поділяють подібні ціннісні орієнтації та стилі життя. Наявність подібних ціннісних орієнтацій та стилів життя сприяє утворенню в таких середовищах більш щільних внутрішніх зв'язків, ніж зв'язки, які існують з іншими представниками класу або статусної групи. Такі середовища фрагментують соціальні класи та статусні групи. На рівні емпірично-го аналізу соціокультурні середовища аналітично виокремлюються на основі перехрещення показників культури та класових (статусних) позицій.

Однак визначення даного поняття не є однозначним. Не є узгодженим і наукове уявлення про місце соціокультурних середовищ в структурі суспільства. Так, Штефан Граділ застосовує термін "соціальне мільо", яким пропонує позначати сукупності "людей, що живуть в аналогічних умовах і поділяють спільні цінності, опії, а також слідує спільним стилям взаємодії", що і визначає близькість їх соціальних позицій [Hradil, 2001]. Ш. Граділ розвиває концепцію мільо як альтернативу класовому аналізу суспільства. Подальша розробка концепції М. Фестером та її емпіричні застосування доводять зв'язок концепцій мільо та соціального класу. Зокрема, М. Фестер емпірично обґрунтовує висновок про те, що концепт класової структури суспільства не втрачає своєї актуальності і не вичерпується із застосуванням в дослідженні соціокультурних середовищ; концепція соціокультурних середовищ розширює пізнавальні можливості сучасного класового підходу [Фестер, 2008]. На основі даних розробок були поставлені дослідницькі питання:

чи існує зв'язок між класовими та культурними вимірами соціальної структури суспільства?

чи дозволяє концепція соціокультурних середовищ краще виявляти та пояснювати структурні риси сучасних суспільств у порівнянні з концепціями соціального класу та статусних груп?

Відповіді на ці питання частково отримані соціологами на основі дослідження соціальної структури німецького, а згодом і інших європейських та американських суспільств. Масштабні наукові результати були здобуті Гановерською дослідницькою групою. А згодом концепція мільо була застосована в маркетингових комерційних проектах Інституту дослідження трендів ринку "Sinus" (у Гедельберзі, Берліні, Цюріху – <http://www.sinus-institut.de/en/>), Інституту "Інтеграл" дослідження ринку у Відні (<http://www.integral.co.at/en/sinus/>) та Інституту сенсорних досліджень "Sigma" (<http://www.sigma-online.com/en/Home/>). Методологія даних досліджень ґрунтується на концепції габітусу й соціального класу П. Бурдьє та уявленні про зв'язок габітусу з класовою позицією [Шматко, 1998]. В проектах вивчається зв'язок між життєвим стилем, цінностями, ідентичністю та по-

всякденними естетичними почуттями, пов'язаними з споживчою поведінкою. З такою теоретичною орієнтацією та із застосуванням чотирьохкласової схеми класів за професіями виокремлюється "горизонтальний" ціннісний зріз структури суспільства та вертикальний зріз класово-статусної ієрархії. Оригінальна методологія передбачає проведення серії нарративних інтерв'ю та фокус груп, спрямовані на виявлення за допомогою герменевтичного методу типів габітусу. В ході Гановерського дослідження було виявлено глибокий зв'язок габітусу з "типовими" професіями (професійно-статусними групами), а також залежність такого зв'язку з приналежністю індивідів до покоління.

Наступним кроком стало проведення досліджень на репрезентативній вибірці населення Західної Німеччини, в ході яких була здійснена спроба окреслити мільо кількісно. Габітус в дослідженні "Синус-Мільо" вимірювався на основі опитувальника, який містив 44 висловлювань (комерційна розробка Інституту досліджень трендів ринку Sinus). На основі цих даних розроблено "мапу" соціокультурних середовищ, на якій кожній професійній групі була знайдена відповідність класовій позиції та габітусу. За результатами емпіричного аналізу виявлено чіткі центри тяжіння мільо. Так була складена просторова структура мільо за вимірами класової позиції та габітусу, в якій три мільо посіли верхні рівні соціального простору, п'ять – центральні рівні та одне мільо – нижні рівні простору. Мапа репрезентує не повну, але суттєву відповідність між класовою позицією та габітусом. Однак під впливом постійних ціннісних та класових зсувів у сучасних суспільствах мапа мільо є динамічною, потребує регулярного емпіричного уточнення та переосмислення. На Рис.1 представлена мапа соціокультурних середовищ, яка розроблена в подібному до Sinus дослідженні німецького суспільства "Sigma Millieus" у 2006 році (Sigma Institute у Маннгеймі).

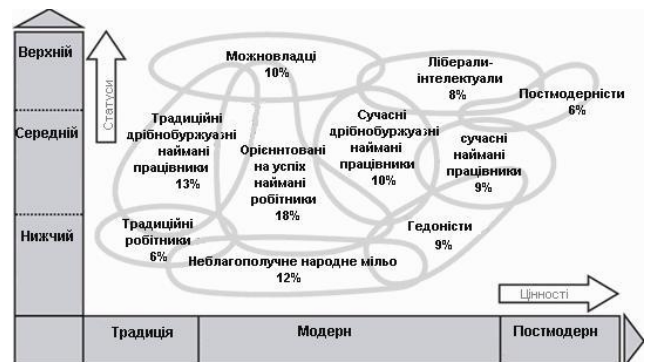


Рис. 1. Мапа соціокультурних середовищ в Німеччині за даними Sigma Institute в Маннгеймі, 2006 р. [Ascheberg, 2006: 20]

Мапа розділена на три частини по вертикалі і горизонталі. Основою цього поділу, за М. Фестером, є ставлення до авторитету і до соціальної ієрархії. В подальших дослідженнях дані критерії були переглянуті і в представленій на рис. 1 мапі, складеній за даними Sigma Institute у 2006 році, вертикальною віссю вже виступають статуси, а горизонтальною – цінності.

Дослідження М. Фестера та Ш. Граділа містять потужний пізнавальний потенціал, який дозволяє аналітично виокремлювати альтернативні класам та статусним групам соціальні структури, приналежність індивідів до яких здатна пояснювати диференціацію в культурно-орієнтованих практиках індивідів. Для того, щоб зрозуміти логіку маркування середовищ, розглянемо деякі мільо, представлені у дослідженні М. Фестера: "Культурні авангарди, що розміщені ліворуч [на наведеній в рис.1

мапі вони розміщуються праворуч – авт.], не утворюють самостійної традиції, а кожного разу виникають в результаті відщеплення від найближчих середовищ. Їх відділення відбувається або на моральній основі, через ідеалістичні політичні проекти і життєві стратегії (як, наприклад, "альтернативне середовище", що виникло в 1960-х роках і сьогодні вже зникло), або на естетичній основі, через мистецтво і стиль життя (як, наприклад, в нинішньому "постмодерністському мільо", яке також у занепаді після кризи "нової економіки") [Фестер, 2006]. Такі висновки здійснені автором на основі тривалих досліджень трендів структурування німецького суспільства. Завдяки регулярним дослідженням, що проводилися в період з 1982 р., розкрита структурна динаміка німецького суспільства, прослідковано шляхи розвитку, а в деяких випадках "зародження" та "смерті" різноманітних мільо, а також виділено 5 основних "генеологічних гілок" мільо: одного нижнього, двох середніх і двох верхніх. При цьому яскраво проявилась наслідковість середовищ: дослідники змогли виявити, як одні середовища виділяються з інших, при цьому основні зміни відбуваються всередині сталих груп. Визначено тренди модернізації цінностей з кожним наступним поколінням.

Емпіричні виміри соціокультурних мільо в сучасному українському суспільстві

Взявши за основу методологію дослідження соціокультурних мільо в німецькому суспільстві, що була стисло описана вище, нами здійснена спроба віднайти прояви соціокультурних мільо в українському суспільстві. Основним завданням було визначити характер зв'язку між класовою (вертикальною) та ціннісною (горизонтальною) структурами українського суспільства, на підставі чого виявити прояви соціокультурних середовищ в суспільстві.

Для дослідження соціокультурних мільо в Україні були використані дані "Європейського соціального дослідження" (European Social Survey) п'ятої хвилі (2007–2008 рр.) – міжнародного порівняльного соціологічного дослідження, виконаного в Україні Інститутом соціології НАН України та Центром маркетингових досліджень "СОЦИС" в межах загальноєвропейського проекту. В Україні опитування проводилося за загальнонаціональною випадковою вибіркою (опитано 2000 респондентів) під керівництвом Є.Головахи (національний представник у виконкомі ЄСД) і А.Горбачика (національний координатор проекту).

Для визначення класових позицій нами застосовано схему класового аналізу Еріксона-Голдтропа-Портокаро. Вибір даної класової схеми зумовлений кількома причинами:

схема EGP пройшла перевірку на релевантність даних і вважається адекватним засобом класового аналізу для українського суспільства;

схема EGP репрезентує неовеберівський погляд на класову структуру, тому "класові позиції" в даному контексті ототожнюються із "статусними позиціями" на ринку зайнятості, що методологічно наближує наше дослідження до дослідження Гановерської групи.

З багатьох можливих варіантів агрегації EGP-класів нами було використано 11-класову версію, розроблену італійським дослідником Івано Бізоном спеціально для ESS (Trento version). Особливості використання даної схеми детально були досліджені українськими авторами, зокрема Оленою Симончук [Симончук, 2007]. Класова структура українського суспільства в 11-класовій агрегації схеми представлена в табл. 1.

Таблиця 1

Класова структура українського суспільства за аналітичною схемою Еріксона-Голдтропа-Портокаро (EGP – Trento version), 2008 р.

Класи	Частоти	Відсотки
I Професіонали, адміністратори та менеджери і власники великих підприємств	256	14,1
II Професіонали, адміністратори та менеджери і власники невеликих підприємств	262	14,4
IIIa Робітники, зайняті конторською нефізичною працею	215	11,8
IIIb Робітники, зайняті конторською нефізичною працею нижчого рівня	154	8,5
IVa Самозайняті з найманими робітниками	40	2,2
IVb Самозайняті без найманих працівників	16	0,9
V Супервайзери в сфері фізичної праці, техніки нижчого рівня	40	2,2
VI Кваліфіковані робітники фізичної праці	320	17,6
VIIa Некваліфіковані та напівкваліфіковані робітники фізичної праці	326	18,0
VIIb Сільськогосподарські працівники	183	10,1
IVc Самозайняті, фермери і т.п.	4	,2
Всього	1816	100,0

Спираючись на результати емпіричних досліджень Куценко О. [Куценко, 2000; 2012] та Симончук О. [Симончук, 2007], ми виходимо з уявлення про слабку класову структурованість українського суспільства та незавершеність процесу класового структурування як наслідок трансформаційних змін в суспільстві. Саме тому аналіз проявів соціальних класів має ґрунтуватись на укрупненні класових позицій як диференціації соціального простору за об'єктивними показниками обсягу кладоутворюючих ресурсів.

Для укрупнення класів здійснено їх групування за чотирма класовими позиціями: ми об'єднали Клас I (професіонали, адміністратори та менеджери і власники великих підприємств) та II (професіонали, адміністратори та менеджери і власники невеликих підприємств) й утворили змінну "клас службовців". Наступна змінна позначає полярну класову позицію – "робітничі класи" – і утворена на основі об'єднання змінних класів найманих робітників

(VI Кваліфіковані робітники фізичної праці, VIIa Некваліфіковані та напівкваліфіковані робітники фізичної праці, IIIb робітники, зайняті конторською нефізичною працею нижчого рівня). Клас сільськогосподарських працівників (IVc Самозайняті, фермери і т.п., VIIb Сільськогосподарські працівники) включений в подальший аналіз як самостійна змінна; він не був об'єднаний в один клас з "найманими робітниками" з огляду на те, що сфера зайнятості має вагомий вплив на ціннісні орієнтації індивідів, як доводиться багатьма дослідниками. До "проміжного класу" включено класи дрібних службовців, управлінців первинного ланцюгу та дрібних підприємців: IIIa клас (робітники, зайняті конторською нефізичною працею), V (Супервайзери в сфері фізичної праці, техніки більш низького рівня). З огляду на слабку представленість класу дрібнобуржуазії (IVa Самозайняті з найманими робітниками, IVb Самозайняті без найманих працівників) її також було включено до проміжного класу.

Отже, для аналізу зв'язків між класовою та ціннісною структурами використовується 4-х класова структура суспільства і наступний перелік соціально-класових позицій (див. табл. 2).

Наступним кроком було визначення ціннісної структури українського суспільства, для чого ми використали блок питань про цінності Ш.Шварца, представлений у Європейському соціальному дослідженні (ESS). Використані нами категорії та їх інтерпретації представлені в табл. 3.

Таблиця 2
Класова структура українського суспільства згідно з укрупненою схемою Еріксона-Голдтропа-Портокареро, 2008 р., %

Клас	Відсоток
Службовий клас	28,5
Проміжний клас	17,1
Робітничий клас	44,1
Сільськогосподарський клас	10,3
Всього	100,0

Таблиця 3

Категорії ціннісної структури, визначені за концепцією Ш. Шварца [Schwartz, 1994]

Ціннісні вісі	Категорії цінностей	Типологічні ціннісні індекси	Вихідні висловлювання, що пропонувалися респондентам
Самостійність – вихід за межі свого "я"	Самостійність	Досягнення	Для нього важливо демонструвати всім, який він здібний. Він хоче, щоб люди захоплювалися тим, що він робить Для нього дуже важливо бути успішним. Він сподівається, що люди визнають його досягнення
		Влада	Для нього важливо бути багатим. Він хоче мати багато грошей і дорогі речі Для нього важливо бути шанованою людиною. Він хоче, щоб люди робили те, що він говорить
	Відкритість до змін	Гедонізм*	Для нього важливо добре проводити час. Йому подобається себе балувати Він шукає будь-яку можливість повеселитися. Для нього важливо робити те, що приносить йому задоволення
		Стимуляція	Він шукає пригод і любить ризикувати. Він хоче життя, повного вражень Йому подобаються сюрпризи, і він завжди шукає, якою б новою справою зайнятися. Він вважає, що важливо займатися в житті багатьма різними речами
		Самостійність	Для нього важливо придумувати нові ідеї і бути творчою людиною. Йому подобається все робити своїм оригінальним чином Для нього важливо приймати самому рішення про те, що робити. Йому подобається бути вільним і не бути залежним
	Збереження – Відкритість до змін	Вихід за межі свого "я"	Універсалізм
Доброзичливість			Для нього важливо бути вірним своїм друзям. Він хоче присвятити себе близьким людям Для нього дуже важливо допомагати оточуючим людям. Йому хочеться піклуватися про їх благополуччя
Традиція			Для нього важливі традиції. Він намагається дотримуватися релігійних чи сімейних звичаїв Для нього дуже важливо бути скромним і "триматися в тіні". Він намагається не привертати до себе уваги.
Збереження		Конформність	Він переконаний, що люди повинні виконувати те, що їм говорять. Він вважає, що люди завжди повинні слідувати правилами, навіть якщо ніхто за ними не стежить Для нього важливо завжди поводитися правильно. Він прагне уникати будь-яких вчинків, які можуть викликати осуд
		Безпека	Для нього важливо жити в безпечному оточенні. Він уникає всього, що може загрожувати його безпеці Для нього важливо, щоб уряд гарантував його безпеку від усіх загроз. Він хоче, щоб держава було сильною і могла захистити своїх громадян

*Гедонізм на "колі цінностей" Ш. Шварца знаходиться на межі двох категорій, проте в більш пізніх своїх дослідженнях науковець схиляється до думки про приналежність даної цінності саме до категорії "Відкритість до змін" [Магун та Руднев, 2007]

Для відображення ціннісного виміру українського суспільства було здійснено факторний аналіз в просторі 21 змінної – індикаторів цінностей за методологією Ш.Шварца. Факторний аналіз проводився з застосуванням varimax для більшої контрастності матриці факторних навантажень. В отриманій факторній матриці можна побачити 4 чітко виражені фактори, чие власне число не менше 1, і в сукупності вони описують 53,5 % дисперсії. Факторна матриця (з використанням обернення varimax) представлена у табл. 4.

В аналізі враховано, що в Європейському соціальному дослідженні використовується портретний опитувальник цінностей. При кодуванні 21 змінної, що вимі-

рюють цінності за концепцією Шварца, використана псевдометрична шкала, що відображає ставлення респондента до певного "портрету", яке оцінюється від 1 – дуже схоже на мене, 6 – зовсім не схоже на мене. Тому сила факторного навантаження говорить про слабкість вимірюваної ним цінності. Отже, у результаті факторного аналізу, маємо 4 чітко виражені ціннісні групи, що описуються наступними факторами (за перегорнутими значеннями в інтерпретації).

Відкритість до змін та самоствердження, куди входять типологічні ціннісні індикатори "досягнення" ("Для нього важливо демонструвати всім, який він здібний. Він хоче, щоб люди захоплювалися тим, що він робить")

– 0,732; "Для нього дуже важливо бути успішним. Він сподівається, що люди визнають його досягнення" – 0,694), частково "влада" ("Для нього важливо бути багатим. Він хоче мати багато грошей і дорогі речі" – 0,709), "гедонізм" ("Для нього важливо добре проводити час. Йому подобається себе балувати" – 0,716; "Він шукає будь-яку можливість повеселитися. Для нього важливо робити те, що приносить йому задоволення"

– 0,708), "стимуляція" ("Він шукає пригод і любить ризикувати. Він хоче життя, повного вражень" – 0,728; "Йому подобаються сюрпризи, і він завжди шукає, якою б новою справою зайнятися. Він вважає, що важливо займатися в житті багатьма різними речами" – 0,648), частково "самостійність" ("Для нього важливо придумувати нові ідеї і бути творчою людиною. Йому подобається все робити своїм оригінальним чином" – 0,618).

Таблиця 4

Факторна матриця в просторі ціннісних показників (за концепцією Шварца), матриця повернутих компонент (Varimax), представлені значення коефіцієнтів за модулем > 0,6

Категорії цінностей	Типологічні ціннісні індекси	Вихідні висловлювання, що пропонувалися респондентам	Фактори				
			1	2	3	4	
Самоствердження	Досягнення	Для нього важливо демонструвати всім, який він здібний. Він хоче, щоб люди захоплювалися тим, що він робить	0,732				
		Для нього дуже важливо бути успішним. Він сподівається, що люди визнають його досягнення	0,694				
	Влада	Для нього важливо бути багатим. Він хоче мати багато грошей і дорогі речі	0,709				
		Для нього важливо бути шанованою людиною. Він хоче, щоб люди робили те, що він говорить					
Відкритість до змін	Гедонізм	Для нього важливо добре проводити час. Йому подобається себе балувати	0,716				
		Він шукає будь-яку можливість повеселитися. Для нього важливо робити те, що приносить йому задоволення	0,708				
	Стимуляція	Він шукає пригод і любить ризикувати. Він хоче життя, повного вражень	0,728				
		Йому подобаються сюрпризи, і він завжди шукає, якою б новою справою зайнятися. Він вважає, що важливо займатися в житті багатьма різними речами	0,648				
	Самостійність	Для нього важливо придумувати нові ідеї і бути творчою людиною. Йому подобається все робити своїм оригінальним чином	0,618				
		Для нього важливо приймати самому рішення про те, що робити. Йому подобається бути вільним і не бути залежним					
Вихід за межі свого "я"	Універсалізм	Він твердо переконаний, що люди повинні берегти природу. Для нього важливо дбати про навколишнє середовище		0,712			
		Він вважає важливим вислуховувати думки людей, які від нього відрізняються. Навіть якщо він не згоден з ними, він все одно хоче зрозуміти їхню точку зору		0,641			
		Для нього дуже важливо, щоб у поведженні з людьми в усьому світі дотримувалося рівність. Він переконаний, що у всіх мають бути рівні можливості в житті					
	Доброзичливість	Для нього важливо бути вірним своїм друзям. Він хоче присвятити себе близьким людям		0,676			
		Для нього дуже важливо допомагати оточуючим людям. Йому хочеться піклуватися про їх благополуччя		0,658			
		Для нього важливі традиції. Він намагається дотримуватися релігійних чи сімейних звичаїв		0,516			
Збереження	Традиція	Для нього дуже важливо бути скромним і "триматися в тіні". Він намагається не привертати до себе уваги.				0,629	
		Він переконаний, що люди повинні виконувати те, що їм говорять. Він вважає, що люди завжди повинні слідувати правилами, навіть якщо ніхто за ними не стежить				0,699	
	Конформність	Для нього важливо завжди поводитися правильно. Він прагне уникати будь-яких вчинків, які можуть викликати осуд				0,617	
		Для нього важливо жити в безпечному оточенні. Він уникає всього, що може загрожувати його безпеці			0,752		
		Безпека	Для нього важливо, щоб уряд гарантував його безпеку від усіх загроз. Він хоче, щоб держава було сильною і могла захистити своїх громадян			0,685	
			Навіть якщо він не згоден з ними, він все одно хоче зрозуміти їхню точку зору" – 0,641).				

Вихід за межі власного я, куди входять типологічні ціннісні індикатори "Доброзичливість" ("Для нього важливо бути вірним своїм друзям. Він хоче присвятити себе близьким людям" – 0,676; "Для нього дуже важливо допомагати оточуючим людям. Йому хочеться піклуватися про їх благополуччя" – 0,678), частково "Універсалізм" ("Він твердо переконаний, що люди повинні берегти природу. Для нього важливо дбати про навколишнє середовище" – 0,712; "Він вважає важливим вислуховувати думки людей, які від нього відрізня-

ються. Навіть якщо він не згоден з ними, він все одно хоче зрозуміти їхню точку зору" – 0,641).

Безпека, куди входить типологічний ціннісний індикатор "Безпека" ("Для нього важливо жити в безпечному оточенні. Він уникає всього, що може загрожувати його безпеці" – 0,752; "Для нього важливо, щоб уряд гарантував його безпеку від усіх загроз. Він хоче, щоб держава було сильною і могла захистити своїх громадян" – 0,685).

Конформність, куди входять типологічні ціннісні індикатори "Конформність" ("Він переконаний, що люди

повинні виконувати те, що їм говорять. Він вважає, що люди завжди повинні слідувати правилами, навіть якщо ніхто за ними не стежить" – 0,699; "Для нього важливо завжди поводитися правильно. Він прагне уникати будь-яких вчинків, які можуть викликати осуд" – 0,617), частково "Традиція" ("Для нього дуже важливо бути скромним і "триматися в тіні". Він намагається не привертати до себе уваги" – 0,629)

Для визначення співвідношення між ціннісним та класовим виміром українського суспільства використаний однофакторний дисперсійний аналіз за допомогою інструменту ANOVA. Він дозволяє побачити значимість різниці середніх в різних групах (класах) за кожним окремим фактором. Крім того, для перевірки зв'язку здійснений аналіз внутрішньої суперечності кожного з класів за допомогою інструменту ANOVA. Внутрішня несуперечність характеризується відсутністю значимих відмінностей в ході дисперсійного аналізу кожної з ціннісних груп.

Порівняння за цінностями "самоствердження" та "відкритості до змін":

Службовий і Проміжний класи значимо більше представлені в даній категорії, ніж Робітники і Селяни, що означає те, що Службовцям та Проміжному класу властиві цінності "самоствердження" та "відкритості до змін" більше, ніж іншим класам. Значимість даної групи цінностей є висхідною (найбільше властива Службовому класу та Проміжному, менше – Робітничому, ще менше – Сільськогосподарському). При цьому значимі відмінності спостерігаються лише при порівнянні з Службовим та Проміжним класами. Таким чином, можна говорити про наявність соціокультурного середовища, що утворюється на перетині вертикального (класового) та горизонтального (ціннісного) вимірів. До цього мільо належать представники Службового та Проміжного класів, яким властиві постматеріальні цінності самоствердження та відкритості до змін. Це мільо умовно назвемо "Досягненці".

В порівнянні класових груп за ознаками даної цінності було помічено цікаву тенденцію в середині укрупнених класів. Робітничий та Проміжний класи виявилися внутрішньо суперечливим за цінностями "самоствердження" та "відкритості до змін". Згідно попарним порівнянням середніх, в Робітничому класі виділяється група Некваліфікованих та напівкваліфікованих робітників фізичної праці: значення цінностей "самоствердження" та "відкритості до змін" менше, ніж в групі Кваліфікованих робітників фізичної праці та значно менше, ніж в групі Робітників, зайнятих конторською нефізичною працею нижчого рівня. Тобто з "підвищенням" класу значення "самоствердження" та "відкритості до змін" зростає. Така ж тенденція помітна при перевірці на внутрішню несуперечність Проміжного класу. При аналізі зазначених цінностей виділяється група Самозайнятих з найманими працівниками. За результатами попарного порівняння середніх, група Самозайнятих з найманими працівниками більше відповідає цінностям "самоствердження" та "відкритості до змін", ніж Робітники конторської нефізичної праці та Супервайзери в фізичній праці. Відмінність з групою Супервайзерів без найманих працівників не є значимою.

Дані порівняння дозволяють зробити висновок, що цінності "самоствердження" та "відкритості до змін" мають потужний структуруючий потенціал, що виявився при аналізі Робітничого та Проміжного класів. Однак не можна говорити, що структуруючий характер цінностей розповсюджується на Службовий та Сільськогосподарський клас, хоча дані групи й не були визначені в ході нашого дослідження як внутрішньо суперечливі. В даному розрізі важливо звернути увагу на виділен-

ня класових груп за схемою Дж.Голдтропа. Так, викликає сумнів правомірність виділення в одну групу таких класових позицій, як Власники та Професіонали високої кваліфікації, що в українських реаліях пережили досить відмінні шляхи становлення.

Порівняння за цінностями "виходу за межі власного я": Службовий клас значно більше представлений в даній категорії, ніж всі інші класи, що означає, що службовому класу властиві цінності "виходу за межі власного я" більше, ніж іншим класам. В цілому міжкласова мінливість цінностей є висхідною: дана цінність найбільше властива Службовому класу, в меншій мірі – Проміжному, ще в меншій мірі – Сільськогосподарському, в найменшій мірі – Робітничому. При цьому значимі відмінності спостерігаються лише при порівнянні з Службовим класом. Таким чином, можна говорити про наявність соціокультурного середовища, що утворюється на перетині вертикального (класового) та горизонтального (ціннісного) вимірів. До цього мільо належать представники Службового класу, яким властиві цінності "виходу за межі власного Я" і яких умовно назвемо "Універсалісти".

Порівняння за цінностями "безпеки":

Немає значимих відмінностей між класами за даною цінністю, що означає, що в українському суспільстві цінності "безпеки" не є класово обумовленими і значимо представлені в усіх соціальних класах. Таким чином, дані ціннісні орієнтації не утворюють специфічних соціокультурних середовищ, вони властиві представникам українського суспільства незалежно від їх класової позиції. Це дає підстави припустити, що цінності "безпеки" є базовими для українського суспільства. Проте дане питання потребує подальшого детального аналізу.

Порівняння за цінностями "конформності та традиції":

Сільськогосподарський клас значно більше представлений у даній ціннісній групі, ніж усі інші класи. Значимість даної групи цінностей є низхідною (найменше властива Службовому класу, більше – Проміжному, ще більше – Робітничому). При цьому значимі відмінності спостерігаються лише при порівнянні з Сільськогосподарським класом. Таким чином, можна говорити про наявність соціокультурного середовища, що утворюється на перетині вертикального (класового) та горизонтального (ціннісного) вимірів. До цього мільо належать представники Сільськогосподарського класу, яким властиві цінності конформності й традицій, і яких можна умовно назвати "Традиціоналісти" (на рис. 2 – "приспосованці").

Зобразимо дані соціокультурні середовища на умовній "мапі" українського суспільства. Варто зазначити, що дану схему некоректно порівнювати з відповідними "мапами мільо", що розробляються в рамках досліджень SINUS, адже останні побудовані на основі спеціально розроблених інструментів і дозволяють в відсотковому форматі вираховувати співвідношення мільо в конкретному суспільстві. В рамках даної роботи було використано теоретико-методологічні засади дослідження соціокультурних середовищ, проте можливість відсоткового обрахунку не є можливою на даному етапі. Тому наведена далі "мапа" є візуалізацією виявлених структур і не може бути точно обчислена кількісно.

На схемі представлено вертикальний та горизонтальний виміри структури суспільства: класовий та ціннісний. Еліпсами зображені соціокультурні мільо, що відображають область концентрації певних ціннісних та класових позицій, позначаючи соціальні мільо-латентні структури, притаманні українському суспільству.

За результатами емпіричного аналізу можна описати наявні соціокультурні мільо наступним чином:

"Універсалісти" – соціокультурне середовище, сформоване представниками службового, "вищого" класу, що характеризується цінностями "Виходу за межі свого "я"" (використовуючи термінологію Шварца): представникам даного мільо властиві надіндивідуальні життєві пріоритети (універсалізм: збереження природи; Традиція: важливість слідування традиції та сімейних звичаїв), а також орієнтація на іншого (універсалізм: увага до думки інших людей; Доброзичливість: вірність друзям, допомога оточуючим). Концентрація даних класових та ціннісних позицій, враховуючи її висхідну направленість (посилення інтересу до даних цінностей з "підвищен-

ням" класу) свідчить про актуалізацію даних цінностей із зростанням класового статусу. Дослідженню даної закономірності було приділено чимало уваги в рамках Європейського дослідження цінностей (European Values Surevey), що засновано на концепції американського соціолога Рональда Інглхарта [Инглхарт, 1997], засадничою для якої є підхід А. Маслоу та його ієрархія людських потреб. Р. Інглхарт пов'язував тенденцію до актуалізації постматеріальних (в тому числі і універсалістських) цінностей з "відчуттям екзистенційної безпеки", що є базовим для представників країн з високим рівнем життя та відповідних соціальних класів.

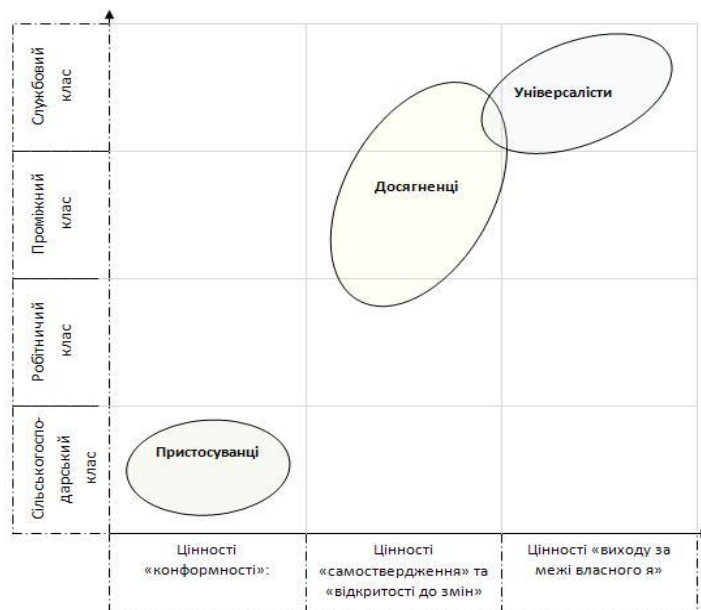


Рис. 2. Соціокультурні мільо в соціальній структурі українського суспільства

"Досягненці" – соціокультурне середовище, що сформоване представниками службового та проміжного класів і характеризується цінностями "самоствердження" та "відкритості до змін". В даній групі цінностей представлені цінність статусу та важливість його прояву (Досягнення: демонстрація здібностей, успіх), матеріалістичні цінності (Влада: багатство), що поєднуються з готовністю використовувати досягнуті можливості (Гедонізм: добре проводити час, робити те, що приносить задоволення), в тому числі для подальшого розвитку (Самостійність: нові ідеї; Стимуляція: пригоди та ризик, сюрпризи та нові справи). Цінності даного середовища також несуть в собі стратифікуючий потенціал, що виявилось при аналізі внутрішньої суперечності різних класів. Дана група цінностей актуалізується з підвищенням соціального класу.

"Традиціоналісти" ("пристаюванці") – соціокультурне середовище, сформоване представниками Сільськогосподарського класу, яким властиві цінності конформності (Конформність: поводитися правильно, слідувати правилам; Традиція: не привертати до себе увагу). Враховуючи низхідну направленість цінності: посилення інтересу до цінності зі "зниженням" класу, слід говорити про актуалізацію даної цінності із зниженням класового статусу. Дана закономірність також узгоджується з висновками Рональда Інглхарта [Инглхарт, 1997].

Отже, нами проведено пошукове дослідження, в ході якого здійснена спроба застосувати концепцію соціокультурних середовищ до уточнення уявлення про структуру українського суспільства з врахуванням обмеженості дослідницького інструментарію й доступної бази даних та перевірено наявність зв'язків між класо-

вим та ціннісним вимірами українського суспільства. Також здійснена спроба інтерпретації виявлених соціокультурних мільо. Проте отримані результати, безумовно, потребують подальшої перевірки. Однак уже зараз можна зробити важливі висновки стосовно проявів латентної структури українського суспільства:

по-перше, дослідження виявило зв'язок між приналежністю до класових та ціннісних позицій в українському суспільстві, виявлені значимі відмінності в цінностях різних класових груп. Такий зв'язок має досить чіткий "висхідний" напрямок у випадку цінностей "самоствердження", "відкритості до змін" та "виходу за межі власного "я"" і "низхідний" у випадку цінностей "конформності". Виявлено, що цінності "безпеки" є загальноорієнтованими і незалежними від класової структури. Цінності "гарантії урядом безпеки від загроз" та "безпечного оточення" виступають базовими для українського суспільства 2007–2008 років;

по-друге, виявлені значимі "скупчення" певних цінностей в межах конкретних класів, що дає підстави говорити про наявність специфічних соціальних утворень – груп взаємного тяжіння певних ціннісних та класових позицій, які можна вважати проявами соціокультурних мільо в українському суспільстві. За концепціями Ш. Граділа та М. Фестера, дані мільо є областю формування специфічних стилів життя. Виділені мільо були умовно позначені як "Універсалісти", "Досягненці" й "Традиціоналісти" з огляду на ціннісний зміст даних середовищ. Те, що дані мільо чітко вимальовуються навіть при достатньо "грубому" аналізі, що був проведений в ході нашого пошукового дослідження, говорить про їхні засадничі позиції в українському суспільстві, а з

іншого боку – про досить великий потенціал застосування концепції соціокультурних середовищ в контексті українських реалій.

З огляду на отримані результати, можна говорити про ряд напрямків подальшої роботи із застосуванням концепції соціокультурних середовищ в українському суспільстві:

Необхідність збільшення об'єму репрезентативної вибірки, що дозволить краще дослідити соціокультурні латентні утворення в українському суспільстві. В нашому дослідженні була використана вибірка об'ємом 2000 респондентів, що дозволяє досить грубо описати найбільш загальні структурні зв'язки в суспільстві. Концепція соціокультурних мільо орієнтована на виділення реально існуючих структур (середовищ), тому збільшення розміру вибірки може сильно розширити можливості дослідження соціального простору.

Необхідність розробки та валідації більш обґрунтованої й "чутливої" методології дослідження соціокультурних мільо в Україні. Як показав аналіз соціокультурних середовищ, класові позиції в українському суспільстві перебувають у процесі становлення. Проміжний та Робітничий клас за ціннісним критерієм є внутрішньо неузгодженими. Аналогічно – й Сільськогосподарський клас. Однак і клас Службовців неможна визначати як внутрішньо узгоджений. Проте порівняти такі різні класові позиції, як власники, роботодавці, адміністратори, менеджери й професіонали (кожна з яких перебуває на різних фазах розвитку в "перехідному" українському суспільстві) в рамках концепції Дж. Голдтропа неможливо. Дослідження ж соціокультурних мільо як альтернативний підхід до аналізу структури суспільства потребує детальної розробки для кожного конкретного суспільства.

Необхідність розробки та валідації методології дослідження ціннісної структури українського суспільства. Як показав наш аналіз, підхід Ш.Шварца не пояснює достатньо диференціацію ціннісних орієнтацій в суспільстві, що підтверджується і в інших роботах, пов'язаних з аналізом даних ESS [Магун, 2007]. Хоча нами були отримані досить чіткі ціннісні групи, проте їх інтерпретація не дала змоги робити висновки про дихотомічність вісей "Відкритість до змін" – "Збереження", "Вихід за межі власного "я" – "Самоствердження". Також варто враховувати, що реалізована Гановерською дослідницькою групою в дослідженні соціокультурних мільо концепція передбачала розгляд горизонтального виміру суспільства в термінах теорії Бурдьє, за допомогою концепції габітусу, що може розширити можливості вивчення соціокультурної структури суспільства.

Необхідність аналізу динаміки соціокультурних мільо. Оскільки "мапа мільо" представляє собою певний "знімок" конкретної соціальної ситуації, повноцінне дослідження соціальної структури можливе лише в ході порівняння "знімків" різних років. Рухливість мільо є однією з основних властивостей соціального простору й соціальних мереж, що описувалися Ш.Градїлем та

М.Фестером, і аналіз їхньої динаміки в українському суспільстві може надати нові дані, на основі яких можна буде більш впевнено визначати якісні та кількісні характеристики соціальної структури суспільства загалом та соціокультурних середовищ зокрема.

Таким чином, подальша розробка концепції соціокультурних мільо є важливим кроком на шляху дослідження структури сучасного суспільства і розуміння сутності соціальних процесів, що в ньому відбуваються.

Список використаних джерел

1. Ascheberg C. Milieuforschung und Transnationales Zielgruppenmarketing // Aus Politik und Zeitgeschichte / Soziale Milieus, 44-45/2006. – 30. October 2006. – p.18 – 25. – Режим доступу: http://www.sigma-online.com/en/Home/Artikel_CA_APuZ_2006.pdf
2. Hradil St. (2001) Soziale Ungleichheit in Deutschland, 8. Aufl., Opladen: Leske + Budrich, 546 Seiten (unter Mitarbeit von Jürgen Schiener)
3. "Integral" Institute for market research in Vienna. – Режим доступу: <http://www.integral.co.at/en/sinus/>
4. Lange-Vester, Andrea & Helmut Bremer (Hg): Bewältigung, Verarbeitung, Umstellung: Soziale Milieus und Wandel der Sozialstruktur. Festschrift für Michael Vester, Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 2006
5. Schwartz, S.H. (1994). Beyond Individualism/Collectivism: New cultural dimensions of values. In U. Kim, H.C. Triandis, C. Kagitcibasi, S.-C. Choi, & G. Yoon (Eds.), Individualism and collectivism: Theory, method and applications (pp. 85-119). Newbury Park, CA: Sage.
6. SIGMA, Інститут міжнародних маркетингових досліджень і консалтингу. – Режим доступу: <http://www.sigma-online.com>
7. Sinus Institute, Інститут досліджень ринку, Гетеберг, 2011. – Режим доступу: <http://www.sinus-institut.de/en/>
8. Александер, Дж. С. Аналитические дебаты: Понимание относительной автономии культуры / Пер. с англ. М. Шуровой под ред. Д. Куракина // Социологическое обозрение. – 2007, том 6. – № 1. – С. 17–37.
9. Бурдьє П. Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. – Том I, 1998. – № 2.
10. Бурдьє П. Политические позиции и культурный капитал // Бурдьє П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993.
11. Дюркгейм Э. Метод социологии // Западноевропейская социология XIX-начала XX веков. – М., 1996. – С. 256-309
12. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющееся общество – ПОЛИС: Политические исследования, 1997. – № 4. – С. 6-32
13. Куценко О. Д. Соціальні класи і політична мобілізація (порівняльний аналіз європейських країн крізь призму трьох типів класових розколі) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг / Науково-теоретичний часопис. – Липень-вересень. – № 3. – 2012. – С.3-27
14. Куценко О. Общество неравных. Раздел 5. Альтернативные поиски: новые неравенства? – Харьков: Изд-во ХНУ им.В.Каразина. 2000. – С. 256-277.
15. Куценко О.Д. Возвращение классов? Перспективы классового анализа постсоветской реальности // Социология: теория, методы, маркетинг – 2000 – №1 – [Файл PDF] – Режим доступу: http://www.i-soc.com.ua/journal/N1_2000r.pdf
16. Магун В.С., Руднев М.Г. Жизненные ценности населения Украины: сравнение с 23 другими европейскими странами Статья вто-рая // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. 2007. Т. 90. № 4. С. 39-52.
17. Симончук Е. Классовые структуры в сравнительной перспективе // Украинское общество в европейском пространстве / Под ред. Е.Головахи и С.Макаева. – К.: Институт социологии НАН Украины, 2007. – С. 33–104.
18. Тьонис Ф. Спільнота та суспільство. Пер. з нім. – К.: Дух і літера, 2005. – 259 с.
19. Фестер М. Социальные мильё, классы и стили жизни в Западной Германии / Социальное неравенство. Изменения в социальной структуре: европейская перспектива. Под ред. В. Воронкова, М. Соколова. СПб, 2008. С. 25–43.
20. Шматко, Н. А. Габитус в структуре социологической теории // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – № 2

Надійшла до редколегії 19. 0 6. 12

К. Таранова, магистр Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ МИЛЬЕ В КЛАССОВОЙ СТРУКТУРЕ УКРАИНСКОГО ОБЩЕСТВА

В статье анализируется концепция социокультурных сред (мильё). Рассмотрены теоретические основы концепции, изложенные в работах Михаэля Фестера и Стефана Градила. В ходе данного обзора уточнен понятийный конструкт "социокультурные среды" ("мильё"). В статье также представлены результаты исследования, в ходе которого была осуществлена попытка применить концепцию социокультурных сред к анализу украинского общества. Целью исследования было определить характер связи между классовой (вертикальной) и ценностной (горизонтальной) структурой украинского общества, на основании чего выявить проявления социокультурных сред в обществе с последующей интерпретацией образованных мильё.

Ключевые слова: социокультурные среды, мильё, социальная структура, классовая структура, ценностные группы, Европейское социальное исследование

K. Taranova, master student
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

SOCIOCULTURAL MILIEU IN THE CLASS STRUCTURE OF UKRAINIAN SOCIETY

The article analyzes the concept of socio-cultural environments (milieu). Consider the basic theoretical principles of the concepts presented in the works of Michael Fester and Stefan Hradil. In the course of this review the conceptual construct of "sociocultural environment" ("milieu") was clarified. The article also presents the results of a research which attempts to apply the concept to the analysis of socio-cultural environments of Ukrainian society. The goal of the research was to determine the relationship between class (vertical) and value (horizontal) structure of Ukrainian society, whereby detect signs of social and cultural environments in the community with the following interpretation of the formed milieu.

Keywords: socio-cultural environments, milieu, social structure, class structure, value groups, European Social Survey