



Ольга Супруненко,

здобувач кафедри історії та теорії соціології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Смисловий соціально-економічний простір сучасних українців

У нашому бурхливому сьогодні, зі швидкозмінними параметрами соціальної реальності й правилами гри в ній, дуже непросто зорієнтуватись і стати активним учасником економічних процесів, вдалим гравцем ринкового простору. Проблема економічної дезорієнтованості переважної частини населення має зовнішнє та внутрішнє походження – нові умови і форми економічних відносин та моральна неадаптованість громадян унаслідок відсутності порядку в соціально-смісловому ресурсі як підґрунті для осмислення і адаптації до капіталістичного ладу в державі. Ця проблема не є новою, і тому особливо дивує її довготривала актуальність. Спробуємо окреслити деякі соціальні аспекти дисфункціональності смислового економічного простору українців і надати соціологічні пояснення цьому.

Україна споконвіків володіє багатим земельним фондом, тож закономірним є широке впровадження аграрної форми виробництва на території нашої держави. З настанням доби промислового виробництва розкрився інший її потенціал: металургія, вугледобування, хімічна промисловість, машинобудування та ін. Відповідно до становлення основних типів виробництва і директивного типу управління їх розвитком формувалася національна свідомість, спільна картина світу українців. Із розвалом СРСР економіка України позбулася жорсткого контролю та планування із єдиного центру, змінились умови господарювання і шляхи досягнення економічних показників. Необхідно було не тільки зберегти те, що залишилось у спадок від радянської доби, а й, по-перше, віднайти вигідні канали збуту продукції через самостійний вихід на зовнішні ринки, по-друге, реорганізувати ті галузі виробництва, які не відповідали міжнародним стандартам. Перше виявилось значно простіше, ніж друге – тому, скориставшись цим, політичні кола («влада імушіе») швидко збували продукцію і навіть виробничі фонди з вигодою переважно для самих себе. Друге потроху почало втілюватись у життя, але за допомогою колосальних іноземних кредитів. Які ж соціальні смисли може породити подібна економічна картина?

Усі основні суспільні процеси відбуваються у свідомості й закарбовуються в національну пам'ять, що стає підґрунтям для усвідомлення своєї сутності та історії теперішніми й наступними поколіннями. Ситуація, що виникла наразі, демонструє нам походження соціального настрою «розчарування», «комплексу провини», страху перед новим. Причини цьому можна віднайти також у менталітеті українців, закріпленому в різних фольклор-

них формах, як-от: «сам не гам і другому не дам» – це про приватизацію підприємств, спустошені колгоспні господарства й т.п.; «моя хата скраю» – щодо соціальної відповідальності бізнесу й ефективності системи оподаткування; «без охоти нема роботи» – про безробіття; «їдь, кобило, хоч три дні не їла» – про рівень і спосіб життя сучасних працівників. Загалом так можна описати риси українського господарювання, хоч існує багато інших установок і принципів, збережених у нашому фольклорі, наприклад: «маленька праця краща за велике безділля» [1].

Провину за слабкість економічної сфери сьогодні слід поділити між висхідним пасивним, не авантюричним українським характером та економічною політикою держави. Зокрема, часто в міркуваннях з цього приводу нарікається на хліборобську, консерваторську природу наших співвітчизників, завдяки чому на теренах України підприємцями традиційно стають представники інших національностей – євреї, німці та ін. Що так само відбивається на національному характері українців.

Отже, ще з глибокої давнини – яку умовно можна позначити «періодом становлення нації» – український народ сформував економічну звичку жити поряд із землею, заробляти на ній свій хліб, а все інше було «потім» – зокрема працьовитість і завзятість у нових формах діяльності українського пролетаріату виявилась у часи радянських «п'ятирічок», а така риса, як «бізнесовість» (діловий склад розуму, підприємницькі здібності) розвинулась лише в деяких представників в умовах жорсткого тиску безробіття одразу після розвалу СРСР. Утім, є серед українців і успішні бізнесмени. До речі, чимало з них заробили свої стартові капітали рекетом чи «дерибаном» у 90-ті роки. Вони, «нові українські підприємці», у більшості своїй наслідують приклади зарубіжного бізнесування і втілюють їх на наших теренах, відчутно адаптувавши принципи ведення справ під українське законодавство та систему оподаткування. Вітчизняний бізнес навчився оминати нинішні норми оподаткування, які є нищівними. І тому, хоч підприємства й прибуткові, але виграє від того не держава, а окремі чиновники. Ці всі проблеми широко відомі та дискусивні. І знову-таки, економічні успіхи наштовхуються на соціальні негаразди, а негаразди – ми переконались – містяться у сфері ціннісних, смислових орієнтацій.

Якщо середній українець не відчуває гордості за свою працю, бо заробляє недостатньо, аби жити гідно, якщо постійно циркулює суспільна думка про те, що «слуги народу» крадуть, і цьому немає перепон, а зако-

ни – лише для того, щоб їх оминати, то яку економічну свідомість ми передаємо нашим наступним поколінням, що ми самі змінюємо в ній сьогодні?

Соціально-економічна прірва між заможними і бідними, між олігархами та основною масою працівників зростає, і останні вже діють не в реальному економічному просторі, а у віртуальному, винаходячи все нові засоби, аби виправдати свою економічну неуспішність. Щоправда, питання в тому, чи сам народ робить такі відчайдушні кроки, чи-то спеціальні соціальні технології засмоктують народну душу в різноманітні неіснуючі ігри?

Однією з таких ігор є гра у здобуття вищої освіти, яка, здавалося б, має бути серйозним кроком для отримання та подальшого підвищення відповідного соціального статусу людини. Але «вища освіта» настільки змінила свою сутність і форми, що стала лише черговим сектором ринкової економіки – ти платиш, тобі дають диплом.

Іншою грою на економічному ґрунті можна назвати різноманітні банківські послуги, які обіцяють «зберегти гроші», «накопичити відсотки», «збагачувати клієнта щодня», але натомість гроші постійно або девальвуються, або й зовсім зникають, ніби за принципом фінансової піраміди. Окремим сумним випадком є гра у кредити. Широко відомо, що і в країнах зі стабільною економікою банками враховується те, що не всі кредити будуть погашені, адже це віртуальні гроші. А от реальними є тільки виплачувані відсотки за їх погашення.

Так само дуже завзято ми, українці, як і світ загалом, захоплені супермодною грою у «гламурне життя». Гламур став усім: світоглядом, психологією, філософією, культурою, релігією – способом життя, поступово витісняючи та підміняючи собою саме життя [2]. «...Гламур прийшов на зміну соцреалізму, витіснивши з літератури, кіно і телебачення робітників та колгоспників. ...Праця, творчість, чесність, принциповість, щедрість, здатність до співчуття відійшли на другий план, якщо зовсім не щезли. Проте всюди вітаються жага наживи, егоїзм, впертість, вивертливість, безпринципність, готовність переступити через все та всіх заради грошей» [2]. Подібна технологія, соціальний смисл, навіть ідеологія мають транснаціональне походження і глобальне поширення. Ознакою нового часу стає причетність та обізнаність з приводу певної світової тенденції (моди на зовнішність, стиль життя, спосіб споживання, мислення тощо). «Замість логіки та смислу, мети і зусиль приходять блиск та ілюзія іміджу, всепереможна краса гламуру»; «Людина гламурного мислення – це істота, яка вважає акти споживання досягненнями»; гламур – це «світогляд, що нівелює основні духовні пріоритети людини, переносючи акцент на розкіш та зовнішній блиск, і тому все більш уподібнюється світоспогляданню крізь призму задоволення» [3]. Він об'єднує різні верстви населення: багаті прагнуть до гламурного способу життя тому, що їм необхідно виокремитись та стати недосяжними, а менш забезпечені громадяни – щоб хоча б умовно бути схожими на багатих, «...але більш за все гламур потрібен мас-класу з його достатньо примітивними запитами і життєвими цілями, який отримав можливість якісного споживання за меншу кількість витраченої енергії» [3].

Перелік можна продовжувати. Вітчизняний смисловий економічний простір є так само хаотичним і невпорядкованим, як і весь смисловий простір у цілому. Але

які саме тенденції в ньому спостерігаються сьогодні в Україні?

1. Якщо ділити соціальні статуси за параметром економічного достатку, то виникає характерне явище: присвоєння менш економічно забезпеченими індивідами соціальних смислів більш економічно забезпечених індивідів. Іншими словами, смисли, які другі (умовно – «багаті») особи набули внаслідок власної взаємодії з певною реальністю, перші (умовно – «бідні») «приміряють» на себе, намагаючись тим самим умовно підвищити свій соціальний статус. Таке явище характерне не для всіх, як можна одразу припустити, суспільств. Наприклад, в Індії, де рівень життя значної маси населення набагато нижчий, ніж у нас, подібного не спостерігається. Це означає, що властивий цим прошаркам економічний статус, закріплений за ними протягом значного часу (з огляду на історію країни), не сформував у широких мас «комплекс принижених». Діють тут й інші фактори, зокрема: статус більш економічно незалежного громадянина не «роздувається» у суспільстві (в тому числі – за допомогою ЗМІ), ним не «хизуються»; у релігійно-філософських доктринах існування індійської нації постулюється кастова ієрархія, що «струмує» можливу соціальну мобільність індивідів поміж можливими статусними положеннями; свідомість громадян налаштована не на зміни, а на віру у «вищі сили».

У цілому, за нашою думкою, стабільне існування протягом тривалого часу, відсутність змін є причинами того, що люди звикають до свого положення, втрачають схильність до заперечення власної «об'єктивної» ідентичності та приписування собі іншої.

Протилежний приклад – албанське суспільство, для якого характерне менш жорстке дотримання релігійних постулатів (мусульмани-суніти, католики, православні). Мешканці Албанії у 90-х роках минулого століття пережили значні соціально-економічні трансформації, наслідки яких знаходять соціальні прояви дотепер. Слабка економічна система, низький рівень життя суспільства в цілому, специфіка історичного розвитку роблять самовідчуття громадян залежним не стільки від «економічного статусу», скільки від його матеріального вияву, що виражене у дещо «фетишистському» ставленні до речей, яке закріплене у свідомості навіть наймолодших албанців. Власний економічний статус вони асоціюють із набором речей, якими володіють, а задля підвищення статусу не цураються привласнювати й чужі речі. Не впевнені ні в чому більш абстрактному (як-то: власна освіта, знання, вміння, навички, професійна діяльність тощо) громадяни цієї країни «хапаються» у прямому й переносному значенні за більш конкретне, за матеріалізовані цінності. У цьому випадку, на нашу думку, механізм «присвоєння чужих соціальних смислів» спрацьовує, але на досить примітивному, вузькому рівні. Адже смисли не пов'язуються тут із конкретними статусними перевагами (вони розмиті як у суспільстві, так і в свідомості), а радше – прив'язані до загальної інтенції «бути більш значущим», «яскравим» безпосередньо через володіння предметами.

В українському суспільстві існує вже закріплена традиція самоусвідомлення та усвідомлення існування в соціумі; індивіди здатні умовно надати смислові приписи різним соціальним групам і відповідно підмінити свої соціальні смисли тими, які відповідають носіям їх бажаних соціальних статусів. Переважно українці, хоч і бажать підвищити свій економічний статус, але, поряд із

несвідомими привласненнями чужих статусів та відповідних смислів, здатні оцінити, наскільки відповідають їх бажання цій можливості. А відтак соціальний «комплекс принижених» у таких людей поглиблюється або нівелюється – залежно від реальної чи містичної можливості поліпшення свого економічного стану. Звичайно, такий шлях усвідомлень характерний для осіб, яким притаманні не лише розвинена «соціальна уява», а й відповідний рівень соціальної обізнаності та неабиякі аналітичні здібності. Усе вищезазначене, як ми можемо зрозуміти, властиве інтелігенції як самовідтворюваному соціальному класу (тепер уже – «умовному»), представники якого якщо і не виступають сьогодні у більшості своїй агентами змін суспільної свідомості, то принаймні впливають на зміст громадської думки, зріз якої і відбивають емпіричні соціологічні дослідження.

Споживання в нашій країні закономірно прагне до переходу з рівня матеріальних речей на рівень споживання символічного. Цінністю стає не сам предмет споживання, а уявлення про нього та володіння ним, закріплене в суспільній думці (навіяне серед іншого технологіями реклами і т. ін.). Матеріальні витрати людини проходять крізь так зване культурне сито, яке визначає, по-перше, спрямованість цих витрат, по-друге, сумірність і доцільність придбання тієї чи іншої матеріальної цінності або послуги [4; с. 217–219]. Таке «сито» є індикатором людської свідомості щодо споживчої активності й таким чином визначає її напрям у суспільстві. (Отже, механізми смислоозначення різних соціальних верств знаходять свій вияв у споживчій активності).

2. Наявний брак соціально-смыслового забезпечення функціонування українського соціуму. Це пояснюється тим, що соціальні смисли в більшості своїй знаходяться на стадії формування, затвердження у межах соціальних спільнот і закріплення у досвіді їх існування. Активні інтуїтивні й комунікативні акції та інтеракції, подібно до швидкого руху молекул при значній температурі, ще не досягнули достатнього рівня взаємодії, за якого буде сформовано ознаки певної «речовини» з її властивостями і відповідною «молекулярною структурою».

Як наслідок, індивідам доводиться свої заповнені змістом категорії мислення швидко викреслювати або поновлювати іншими – задля адаптації до стрімко змінюваних реалій. Відтак формується масовий ефект «розгубленості». Він виявляється в різкій і надзвичайній (за обсягом та формою) соціальній мобільності різного типу (зокрема – міграційних процесах) і супроводжується явищем соціальної аномії, яке позначає соціальний стан дезорганізованості, розгубленості тощо. Ми пов'язуємо походження явище аномії з недостатнім ціннісно-смысловим наповненням свідомості людей.

На думку провідного вітчизняного соціолога Євгена Головахи, «рівень аномічної деморалізованості з часів перебудови перевищував усі мислимі межі, в останнє десятиріччя він навіть підвищився, а відповідного рівня дезорганізації в суспільстві не спостерігається» [5]. Це можна пояснити тим, що значна частина людей ще живе минулим, а інші активно запозичують нові цінності та смисли, що провокує певну дисгармонію соціального життя, створює дисбаланс як особистих, так і колективних стратегій соціального майбутнього.

3. Продовжує існувати набір дихотомічних ролей і відповідних смислів, притаманних їх «виконавцям». Причому ймовірність синхронного виконання обох ролей виключається, тоді як актуалізація обох смислових картин світу є можливою. У широкому вжитку актуалізувати смислову картину світу іншого означає «стати на його місце». Наприклад, роль «молодшого» і «старшого» (дитина-батько, студент-викладач, підлеглий-начальник тощо), хоч і має в основі своїй чіткий дихотомічний поділ, все ж не виключає, так би мовити, «варіантів» їх виконання й побудови відповідних смислових конфігурацій. Тут можна згадати про явище «гри», ігрової взаємодії і т. ін. Ця проблематика сповна розкрита інтеракціоністами (Е. Берн), які описують «дитини» («молодшого»), «дорослого» («старшого») й «батька». Окрім того, є такі приклади: «пішохід-водій», «продавець-покупець» (або «замовник-виконавець»), «злочинець-каратель» («несправедливий, винуватий – справедливий, обвинувач»), які можуть продемонструвати нашій уяві, як у кожного з виконавців «спрацьовують механізми» соціопсихологічного і соціально-смыслового розкриття своєї «ролі», а також подвійно збагачує багаж смислів обох учасників.

Утім, «стати на чийсь місце» можна лише умовно, подумки. Як у фізичному просторі одна людина не в змозі зайняти одночасно одне й те саме місце з другою, так і в уявному – прийняти повною мірою позицію іншого неможливо. У соціумі також ніколи не досягти повного розуміння, адже немає навіть двох суб'єктів з однаковим набором соціальних смислів та досвідом існування. «Соціальна структура ...ніколи не буває застиглою, оскільки ніколи не буває стовідсоткового співпадіння поглядів її членів» навіть попри те, що «за допомогою обрядів, мови та жестів вони постійно докладають зусиль до того, аби дійти єдиної думки» [6].

Водночас, сформувати єдину, загальнонаціональну систему координат українському соціуму просто необхідно, незважаючи на різноманітність походження, етнічну гетерогенність, соціальну нерівність і т.п. його представників. Повернути народові повагу до держави, а вірніше – заслужити її, розпочати стабільне економічне зростання, надати впевненість у завтрашньому дні, провести кардинальні зміни в системі організації та забезпечення громадян робочими місцями, здійснювати підготовку кваліфікованих працівників і т.д. – усе це завдання державних органів влади, «зовнішньої сили». Але знову-таки, якісні зміни можливі лише на основі оновленої ціннісно-смыслової системи, що передбачає соціокультурне та моральне відновлення української нації.

1. Українські народні прислів'я. – http://1klas.info/nar_06.php

2. Тутова Ю. Гламурный агитпроп // Газета «2000», № 24(418) от 13.06.2008 (блок Свобода слова – F2).

3. Гридин С. Идеология гламура // Газета «2000», № 13 от 28.03.2008 (блок Свобода слова – F1-F8).

4. Кривошея Т. Трансформация потребления в Украине: от материальных объектов к символическим // Проблемы розвитку соціол. теорії. – К., 2004. – 562 с.

5. Головаха Е. И. Социологическое знание и процесс исследования современных социальных процессов // Проблемы розвитку соціологічної теорії: Четверта всеукраїнська соціологічна конференція. – К.: Інститут соціології НАН України, 2004. – С. 13–25.

6. Дуглас М. Чистота и опасность. – М., 2000.