

**Сірий Є.В.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології, доктор соціологічних наук, доцент, старший науковий співробітник

---

**Нахабіч М.А.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології, провідний інженер

---

## **«ЦІННІСНА» МАПА УКРАЇНИ В СИСТЕМІ АКСІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

*Матеріал даної статті наочно та смислово репрезентує методологічні та практично-прикладні аспекти ціннісних змін українського суспільства у контексті застосування методики Р.Інглгарта та побудови так званої «ціннісної» мапи України.*

**Ключові слова:** цінності, аксіологія, ціннісна мапа, методика Р.Інглгарта, факторний аналіз, кластерний аналіз

*Материал данной статьи наглядно и смыслово представляет методологические и практично-прикладные аспекты ценностных изменений украинского общества в контексте применения методики Р.Инглгарта и построения так называемой «ценностной» карты Украины*

**Ключевые слова:** ценности, аксеология, ценностная карта, методика Р.Инглгарта, факторный анализ, кластерный анализ

*For this article, clearly represents the methodological and conceptual and practical and applied aspects of value changes in the Ukrainian society in the context of the application of the methodology of R.Inglgart and construction of the so-called "value" cards in Ukraine.*

**Keywords:** values, axiology, valued card, method of R.Inglgart, factor analysis, cluster analysis

**Актуальність.** На сьогоднішній день існує не мало різноманітних методик, підходів дослідження системи цінностей, в залежності від потреб дослідника та мети дослідження. З цим, виникає суттєвий інтерес до розробки адекватних, стандартних способів дослідження «суб'єктивних показників». Практика сучасних соціологічних досліджень цінностей підняла і питання досягнення не тільки досягнення якості та надійності даних, але і їх наочної та смислової презентації та репрезентації, що і досі потребують вирішення.

У даний час серед соціологів все більшої популярності набуває подання результатів аналізу у вигляді просторових мап, що дозволяє унаочнювати соціальні явища і процеси, які протікають в певній соціально-територіальній спільності. Зокрема, такий підхід все частіше використовується для аналізу тих показників, які характеризують соціально-ціннісний простір, в якому диференціюються ціннісні пріоритети населення однієї або декількох країн. Так звані «ціннісні мапи» стали ефективним інструментом для опису просторової картини ціннісної системи суспільства у різних аспектах: структурних, стратифікаційних, географічних. Такі мапи можуть слугувати ефективним інструментом моніторингу ціннісних процесів з метою їх системного опису, пояснення і передбачення. Так, за результатами власних досліджень Р.Інглгарт створив карту цінностей географічного типу, де країни світу були розділені на регіони згідно систем цінностей, що переважають в них (карта пояснює до 70% міжнаціональних відмінностей по 10 показникам) [1]. На основі методики багатомірного шкалювання Г.Хофстеде провів культурне картування організацій багатьох країн світу. Подібна техніка широко застосовується у ціннісних дослідженнях Р.Шварца.

Мапи показують не тільки особливості структурної організації різних блоків ціннісної системи у наочному вигляді, але й дозволяють прослідкувати

співвідношення різних об'єктів і мереж в соціальному просторі, показувати те, що не враховують звичайні статистичні методи обробки інформації: соціально-просторову дистанцію, узгодженість або неузгодженість різних аспектів системи цінностей. Перевагою цього методичного підходу є його наочність, системність і доступність для кінцевого користувача. **Метою** даної статті є презентація відповідних методологічних пошуків та результатів практично-прикладного характеру фундаментального дослідження ціннісної системи українського соціуму.

В ході нашого дослідження (держбюджетна тема «Тенденції структурної трансформації українського суспільства в контексті глобалізації та європейської інтеграції: ціннісні механізми структурних змін сучасного українського суспільства» - №11БФ017-01 (проміжний звіт), наук. кер. к.ф.-м.н., доц. А.П.Горбачик), за результатами аналізу зібраного емпіричного матеріалу (були використані первинні та вторинні дані замірів соціологічного Моніторингу Інституту соціології НАН України (2000 р., 2004 р., 2008 р., 2012 р.), а також замірів соціологічного омнібусу "Українське суспільство" (1994 р., 2006 р., 2010 р.), проведених в усіх областях України, АР Крим та м. Києві (n= 1800, і.п вибірки – 2,3 %) було означено кілька типів ціннісної свідомості українців, що склалися за два десятиліття незалежності України, котрі тією чи іншою мірою тяжіють до однієї з двох моделей цінностей: *модерної* або *традиційної*, *матеріалістичної* чи *постматеріалістичної*.

Найбільший інтерес для нашого дослідження в методологічному плані представляє вивчення поширеності в різних групах типів ціннісних орієнтації або ціннісних пріоритетів, виділених на основі концепції матеріалістичного / постматеріалістичного ціннісного виміру Р.Інглгарта [1; 2]. Використовуваний нами в процесі дослідження так званий метод «економетрії», був апробований Р.Інглгартом (в даному випадку йдеться про рівень пріоритетності чи інтенсивності вибору тієї чи іншої ціннісної позиції), заснований на виборі респондентом найбільш важливої цінності з пропонованого списку, що включає цінності-індикатори матеріалістичної або постматеріалістичної орієнтації. Дана методика за алгоритмом не є новою. Вона використовувалася і застосовується й посьогодні у різних власних модифікаціях при дослідженні системи цінностей різних країн (Р.Інглгарт, В.Андреєнкова, А.Вардомацкін, М.Лапін, А.Ручка, В.Ядов) [2; 3; 4]. За алгоритмом даного дослідження був передбачений відбір двох десятків (приблизно однакова кількість) термінальних і інструментальних цінностей. Диференціація дозволила бачити в термінальних цінностях насамперед бажані соціальні відносини, а в інструментальних - якості суб'єктів, необхідні для реалізації бажаних відносин.

Зрозуміло, що будь-який список цінностей може викликати чимало питань. Цей метод дозволяє визначити поширеність відповідних типів ціннісних орієнтацій в тому чи іншому суспільстві, заснований на виборі респондентами найбільш важливої цінності з пропонованого списку, що включає цінності-індикатори матеріалістичної або постматеріалістичних орієнтацій. За методикою (вітчизняний варіант-сценарій був розроблений у 90-х рр.науківцями відділу соціології культури та масової комунікації Інституту соціології НАН України) культури, цінностей, респондентам пред'являлася картка, що містить різні позиції, що представляють кілька блоків: комфортності, безпеки, ліберальності, демократії. В свою чергу, ці групи ціннісних позицій виражають орієнтації на цінності адаптації, соціалізації, індивідуалізації.

Досліджуючи ціннісну динаміку в осі координат «матеріалістичність –

постматеріалістичність» ми тотожньо репрезентували останню в поляризації «традиціоналізм – модернізм», валідизуючи, відповідно, кожну групу ціннісних позицій з таких підгруп цінностей, як: «безпека», «соціальний комфорт», «ліберальність та демократія», «самореалізація». До сконструйованої групи так званих традиційних цінностей були віднесені такі позиції, як: «Благополуччя дітей», «Відсутність значного соціального розшарування (багаті–бідні, вищі–нижчі верстви суспільства)», «Матеріальний добробут», «Міцне здоров'я», «Міцна сім'я», «Національно-культурне відродження», «Сприятливий морально-психологічний клімат у суспільстві», «Участь у релігійному житті (регулярне

відвідування церкви, богослужінь, дотримання релігійних обрядів тощо)». До сконструйованої так званої модерністської групи цінностей були віднесені такі позиції, як: «Демократичний розвиток країни», «Можливість висловлювати думки з політичних та інших питань, не побоюючись за особисту свободу», «Можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур», «Можливість підприємницької ініціативи (створення приватних підприємств, заняття бізнесом, фермерство)», «Незалежність у справах, судженнях, вчинках», «Підвищення освітнього рівня (інтелектуальний розвиток)», «Державна незалежність України», «Розширення культурного кругозору, залучення до культурних цінностей (через мистецтво, художню творчість, хобі тощо)», «Створення в суспільстві рівних можливостей для всіх», «Суспільне визнання (повага з боку друзів, колег, співгромадян)», «Участь у діяльності політичних партій і громадських організацій», «Цікава робота».

Динаміка зміни ціннісних пріоритетів у часовому проміжку 1994-2012 рр. є окремою темою щодо проведеного аналізу, та презентації його результатів, однак об'єктом уваги даного локалу нашого дослідження є структуризація ціннісних пріоритетів у статичному «стратифікаційному» вимірі у різних форматах ціннісної «мапи» українського соціуму. Результатом евристичного пошуку таких форматів виявилися конструкти ціннісних пріоритетів у розрізі статусних позицій, поколінної генерації та регіональних особливостей (Рис.1; 2; 3;).

Звісно, презентувати всі можливі та наявні аксіологічні конструкти у даній статті немає змоги, однак деякі дослідницькі «сюжети» варто задекларувати. На рис. 1.1; 1.2; 1.3 наочно відображено всю палітру ціннісних преференцій даного інструментарію і їх ступінь важливості у розрізі статусних позицій: *високий, середній, низький* (зазначено у %).

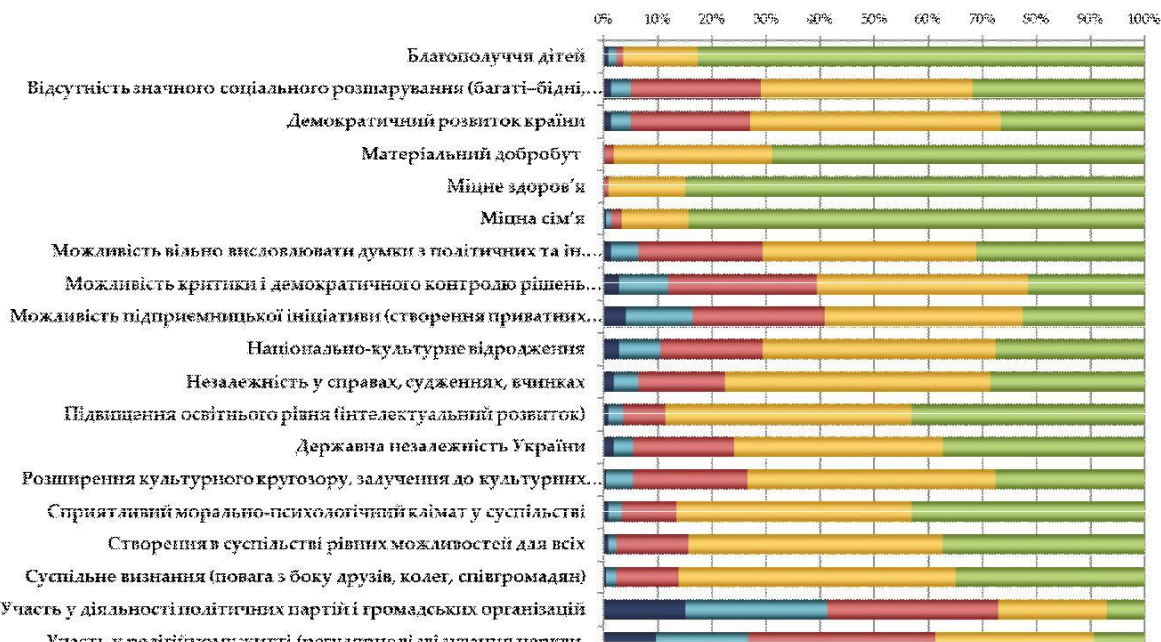


Рисунок 1.1 - Ціннісні преференції в залежності від статусної позиції - **ВИСОКИЙ СТАТУС**



Рисунок 1.2. - Ціннісні преференції в залежності від статусної позиції – **СЕРЕДНІЙ СТАТУС**



Рисунок 1.3 - Ціннісні преференції в залежності від статусної позиції –

## НИЗЬКИЙ СТАТУС

Наступним завданням нашого дослідження став пошук і виокремлення основних ціннісних факторів – віртуальних ціннісних конструктів як агрегованих моделей ціннісного вибору респондентів з метою побудови їх типології. Застосовуючи факторний аналіз до даних соціологічного моніторингу (фактори виділялися методом аналізу головних компонентів з наступним не ортогональним обертанням методом облімін з нормалізацією за Кайзером) було отримано 4 фактори як узагальнені моделі ціннісного вибору громадян. Далі наводиться опис отриманих факторів на основі *матриці факторного відображення*.

Основою 1-го фактору - «індивідуальний розвиток» (агрегованої ціннісної вісі, яка диференціює пріоритети респондентів) склала сукупність ставлень до таких ціннісних позицій як (в дужках після кожного пункту наводиться величина навантаження ( $d = -1 - 2$ ):

- вл.15. Сприятливий морально-психологічний клімат в суспільстві (0,801);
- вл.12. Підвищення освітнього рівня (інтелектуальний розвиток) (0,757);
- вл.16. Створення в суспільстві рівних можливостей для всіх (0,748);
- вл.14. Розширення культурного кругозору, залучення до культурних цінностей (через мистецтво, художню творчість, хобі і т.д.) (0,741);
- вл.17. Суспільне визнання (пошана з боку друзів, колег, співгромадян) (0,703);
- вл.20. Цікава робота (0,624);
- вл.10. Національно-культурне відродження (0,529);
- вл.11. Незалежність в справах, думках, вчинках (0,521);
- вл.13. Державна незалежність України (0,420).

Основою 2-го фактору - «благополуччя ближнього кола (традиційні цінності)» є сукупність таких ціннісних позицій як:

- вл.5. Міцне здоров'я (0,858);
- вл.6. Міцна сім'я (0,848);
- вл.4. Матеріальний добробут (0,735);
- вл.1. Благополуччя дітей (0,710).

Основою 3-го фактору – «цінності соціальної відповідальності» є сукупність таких ціннісних позицій як:

- вл.19. Участь в релігійному житті (регулярні відвідини церкви, богослужінь, дотримання релігійних обрядів і т.д.) (0,858);
- вл.18. Участь в діяльності політичних партій і громадських організацій (0,777);
- вл.9. Можливість підприємницької ініціативи (створення приватних підприємств, заняття бізнесом, фермерство) (0,320).

Основою 4-го фактору – «ліберальні цінності» є сукупність таких ціннісних позицій як:

- вл.8. Можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур (– 0,779);
- вл.3. Демократичний розвиток країни (– 0,737);
- вл.7. Можливість висловлювати думки по політичних і іншим питанням, не побоюючись за особисту свободу (– 0,749);

- vi.2. Відсутність значного соціального розшарування (на багатих-бідних...) (- 0,553);
- vi.11. Незалежність в справах, думках, вчинках (- 0,396);
- vi.9. Можливість підприємницької ініціативи (створення приватних підприємств, заняття бізнесом, фермерство) (- 0,395);
- vi.13. Державна незалежність України (- 0,308).

На основі виділених факторів був проведений кластерний аналіз методом «К середніх» з метою виділення і опису груп респондентів, схожих між собою за цінностями. Найкращим за рівнем інтерпретованості виявилось рішення з п'яти кластерів. Портрети типових представників цих кластерів виглядають таким чином.

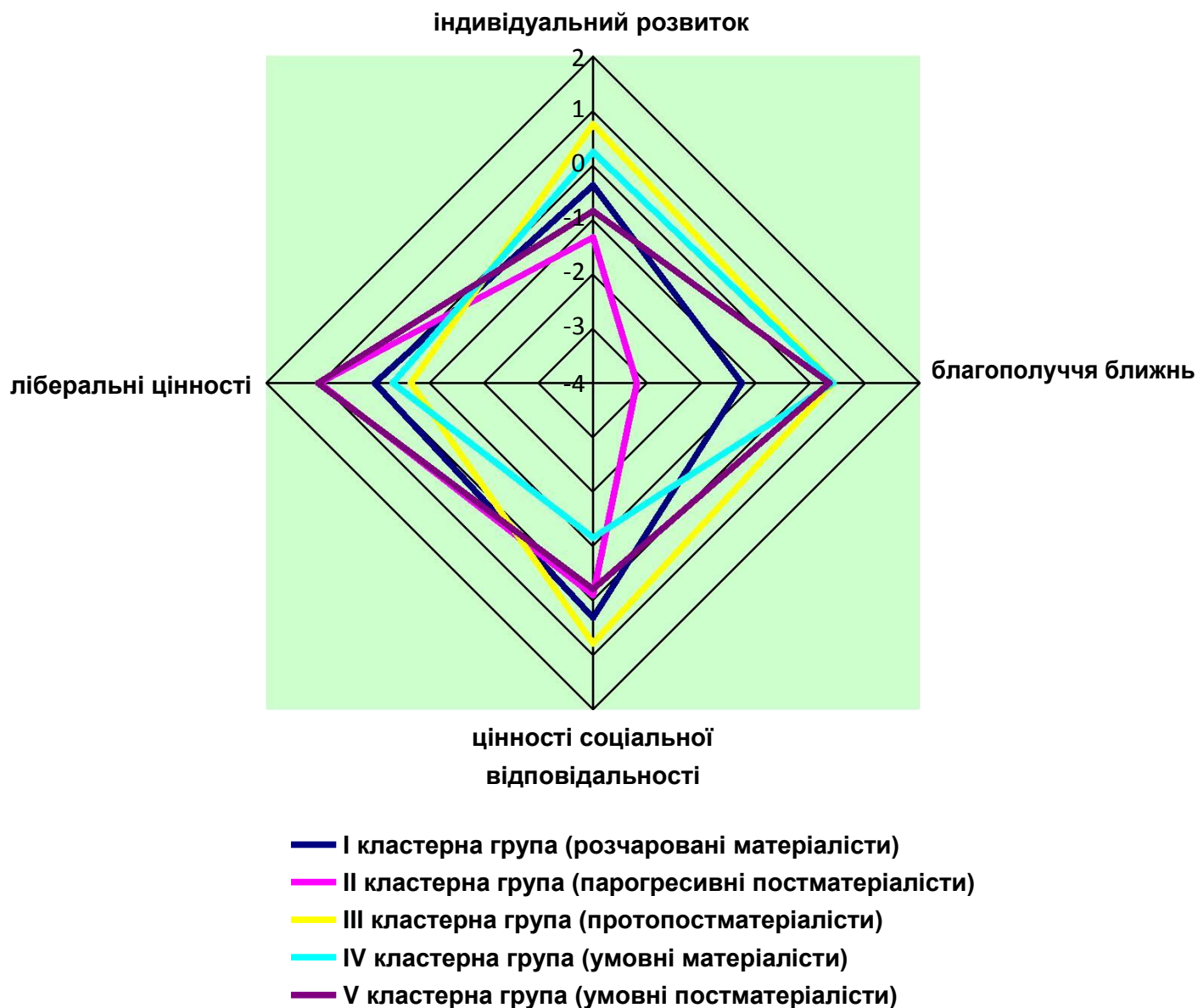


Рисунок 2 - Структура кластерів за факторами цінностей.

Найбільш характерними особливостями *I кластеру*, у порівнянні з іншими є: середньо-низький рівень ставлення до таких ціннісних позицій, як: «участь в діяльності політичних партій і громадських організацій», «участь в релігійному

житті...» та практична відсутність схильності до класичних матеріалістичних цінностей (типу: «міцне здоров'я», «міцна сім'я», «матеріальний добробут», «благополуччя дітей» тощо).

Найбільш характерними особливостями *II кластеру*, у порівнянні з іншими є: *середньо-високий рівень* прояву таких цінностей, як: «незалежність в справах, думках, вчинках», «державна незалежність України», «можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур», «можливість висловлювати думки по політичних і іншим питанням, не побоюючись за особисту свободу», «демократичний розвиток країни», «відсутність значного соціального розшарування на багатих-бідних...»; високий рівень неприйняття матеріалістичних цінностей.

Найбільш характерними особливостями *III кластеру*, у порівнянні з іншими є: *середній рівень* прояву таких цінностей, як: «сприятливий морально-психологічний клімат в суспільстві», «підвищення освітнього рівня (інтелектуальний розвиток)», «створення в суспільстві рівних можливостей для всіх», «розширення культурного кругозору, залучення до культурних цінностей (через мистецтво, художню творчість, хобі і т.д.)», «суспільне визнання (пошана з боку друзів, колег, співгромадян)», «цікава робота», «національно-культурне відродження», «незалежність в справах, думках, вчинках», «державна незалежність України», «участь в релігійному житті (регулярні відвідини церкви, богослужінь, дотримання релігійних обрядів і т.д.)», «участь в діяльності політичних партій і громадських організацій».

Найбільш характерними особливостями *IV кластеру*, у порівнянні з іншими є: середній рівень схилення до прямих матеріалістичних цінностей (типу: «міцне здоров'я», «міцна сім'я», «матеріальний добробут», «благополуччя дітей» тощо); високий рівень апатії до модерністських (постматеріалістичних) ціннісних позицій (типу: «участь в релігійному житті (регулярні відвідини церкви, богослужінь, дотримання релігійних обрядів і т.д.)», «участь в діяльності політичних партій і громадських організацій», «можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур», «можливість висловлювати думки по політичних і іншим питанням, не побоюючись за особисту свободу», «демократичний розвиток країни», «відсутність значного соціального розшарування (на багатих-бідних...)», «можливість підприємницької ініціативи (створення приватних підприємств, заняття бізнесом, фермерство)», «незалежність в справах, думках, вчинках..», «державна незалежність України».

Найбільш характерними особливостями *V кластеру*, у порівнянні з іншими є: *середньо-високий рівень* прояву ліберальних цінностей: «незалежність в справах, думках, вчинках», «державна незалежність України», «можливість підприємницької ініціативи (створення приватних підприємств, заняття бізнесом, фермерство)», «можливість критики і демократичного контролю рішень владних структур», «можливість висловлювати думки по політичних і іншим питанням, не побоюючись за особисту свободу», «демократичний розвиток країни», «відсутність значного соціального розшарування (на багатих-бідних...)».

За результатами аналізу, чітких розшарувань та поляризацій у системі координат «матеріалісти-модерністи» не виявлено, однак, на підставі отриманих даних можна спробувати виділити деякі достатньо поширені поєднання

цінностей, що дозволяє отримати картину гетерогенності нормативно-ціннісних систем українців і їх специфіки. Нас також цікавить відношення цих систем до класичних уявлень про перехід від свідомості домодерних суспільств (матеріалістичних цінностей) до нормативно-ціннісних систем суспільств модерну. У системі координат «матеріалісти-постматеріалісти» можна умовно побудувати шеренгу (рейтинг) кластерних груп (за попередньою класифікацією), котрі доцільно розмістити у наступному порядку:

1. IV кластерна група «умовні матеріалісти»
- 2 I кластерна група «розчаровані матеріалісти»
- 3 III кластерна група «протопостматеріалісти»
- 4 V кластерна група «умовні постматеріалісти»
5. II кластерна група «прогресивні постматеріалісти»

За величиною дані кластерні групи можна розмістити у наступному порядку (Див.рис.3).

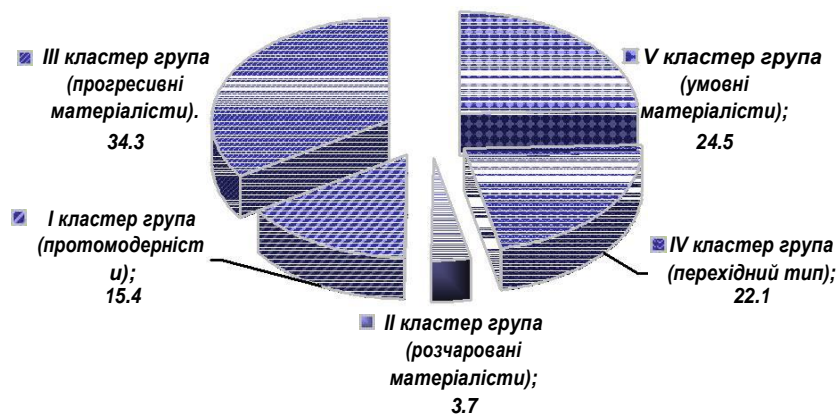


Рисунок 3. Умовний розподіл кластерних груп українського суспільства в системі координат «матеріалісти / постматеріалісти».

Звісно, дана класифікація та надання відповідних ярликів кластерним групам є умовним, оскільки не існує лінійного континууму «матеріалісти-постматеріалісти». Ціннісна динаміка, чи власне ціннісна трансформація характеризується, принаймні трьома і більше параметрами-змінними, а саме: параметри зменшення/збільшення кількості матеріалістичних чи постматеріалістичних цінностей у виборі респондентів; величини значимості тієї чи іншої ціннісної позиції; їх комбінуванням (взаємозаміною). Використання «прозивних» характеристик покликано підкреслити специфіку цих груп, відтінити той факт, що свідомість їх представників у багатьох відношеннях є досить далекою і від класичного модерну, постматеріалізму чи класичного постмодерну.

Ціннісна свідомість в системі координат «матеріалісти-постматеріалісти» тримає векторність до постіндустріальної індивідуалістичної моделі цінностей західного типу, до ідеалів демократичного ринкового суспільства, так як слідування лише традиційним цінностям потенційно не забезпечує вже ефективного виживання і успішної самореалізації. З одного боку «стоять» прихильники індивідуалістичної системи цінностей, які налаштовані на розвиток країни по шляху ринкової модернізації. Вони позитивно відносяться до

конкуренції, приватної власності, особистого успіху і багатства. Інший полюс ціннісної свідомості (характерного для старшого покоління, особливо в провінції) пов'язане з носіями традиціоналістської ментальності і тяжіє до патріархально-колективістської моделі цінностей, орієнтованої на суспільство рівних доходів (а не рівних можливостей). Ці респонденти віддають перевагу авторитарним методам управління і «жорсткій руці», сильному лідеру, здатного навести в країні належний порядок. Іншу частину населення складає група з суперечливим типом ціннісної свідомості.

Натомість, соціальні групи з високим статусом, до яких належать високоосвічені, заможні особи, успішні підприємці, адміністративні працівники, висококваліфіковані спеціалісти, переважно сповідують духовні цінності, мають змішану ціннісну орієнтацію, віддають перевагу ліберально-демократичним цінностям. У соціальних верствах середнього рівня не переважають ні матеріальні, ні духовні цінності, а ліберально-демократичні цінності мають меншу вагу. Таким чином, в період соціально-економічних змін, кризових станів суспільства, більшість людей значно менше уваги приділяє духовно-культурному розвитку (хоча розуміє його доцільність) та відповідним цінностям і вибудовує свою ціннісну орієнтацію в реаліях сьогодення.

Отримані дані дослідження дозволяють вибудувати двомірний розподіл ціннісних кластерів і статусу як своєрідна статусна структура кластерів та кластерна структура статусних позицій, а також двомірний розподіл ціннісних кластерів у регіональному вимірі, як своєрідна регіональна структура кластерів та кластерна структура регіонів (рис.4.1; 4.2; 4.3; 4.4). Дані мап-рисунок наочно відображають ціннісну структуру суспільства у системах координат: «статус – кластер; кластер – статус», «кластер – регіон; регіон – кластер», за якими можна виявити відображення відповідної структури отриманих ціннісно-кластерних груп українського суспільства у вимірі статусних позицій та у регіональному вимірі.

Зворотньо можна відобразити та порівняти структуру статусних позицій та структуру кожного регіону України у ціннісно-кластерному вимірі.

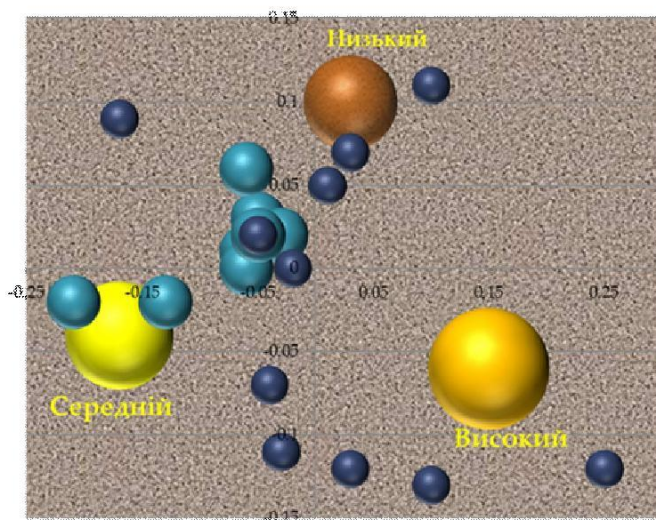


Рисунок 4.1 - Карта сприйняття цінностей (перцептивна карта) на основі центрованих значень цінностей – в залежності від статусу (середніми кульками позначені матеріальні цінності, маленькими – постматеріальні).

Рисунок 4.2 - Карта сприйняття цінностей на основі центрованих значень цінностей – в залежності від регіону

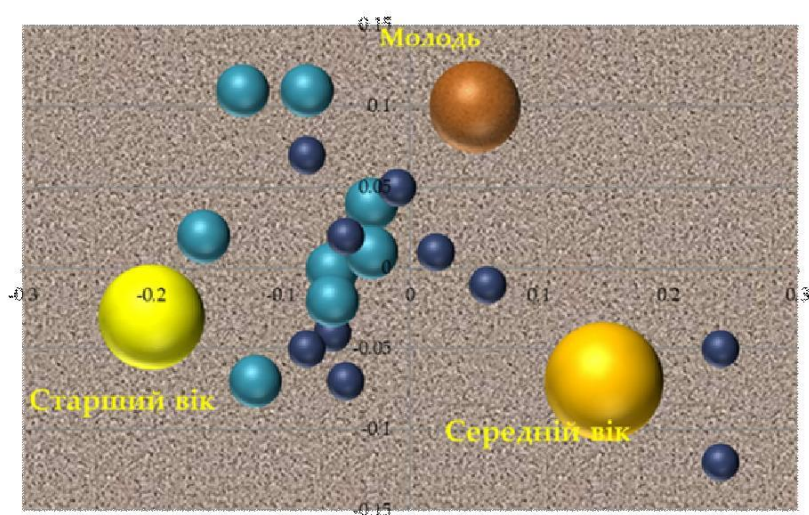


Рисунок 4.3 - Карта сприйняття цінностей на основі центрованих значень цінностей – в залежності від віку респондентів

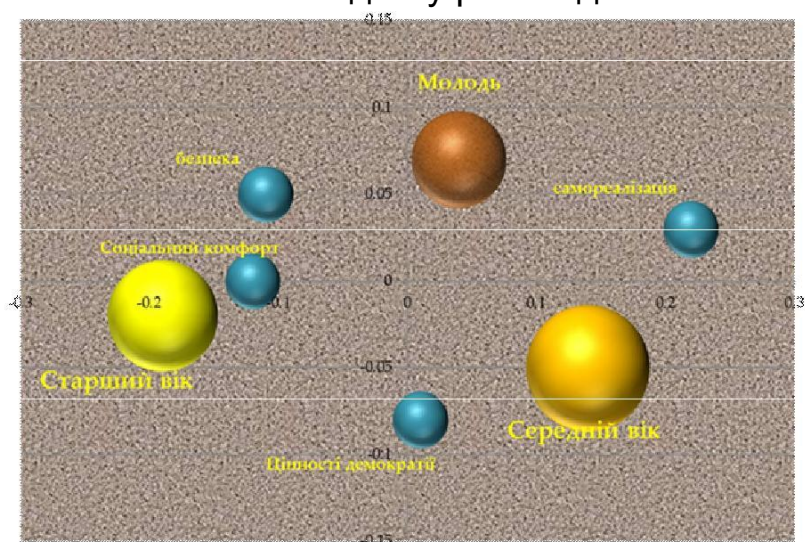


Рисунок 4.4 - Карта сприйняття цінностей на основі центрованих значень цінностей – в залежності від віку.

---

Проведений дисперсійний аналіз показує статистично значущі відмінності сприйняття цінностей різними статусними групами. Виходячи з аналізу перцептивної карти, яка дозволяє наочно уявити співвідношення статусних позицій і цінностей, можна зробити висновок - постматеріалістичні цінності ближче респондентам з високим статусом, «молодіжній» віковій категорії, що підтверджується і дисперсійним аналізом. У регіональному розподілі у співвідношенні з кластерними групами чіткої «лінійної» поляризації не виявлено, в силу тих обставин, що вже торкалося, що класифікація груп-конструктів є достатньо умовною і багатовимірною у системі координат «традиціоналізм – модернізм».

**Висновки.** Надання повного широкомасштабного соціологічного опису структури та композиції ціннісної системи українського суспільства – завдання досить складне і вкрай релятивістичне, що можна зіставити з розгортанням нового дисертаційного дослідження (його результати висвітлюватимуться у подальших наукових публікаціях), однак, у методологічному аспекті задум даного дослідження - презентація та репрезентація результатів аналізу у вигляді просторових мап, що дозволяє унаочнювати соціальні явища і процеси – загалом здійснено.

#### **Література**

1. *Inglehart R.* Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies. Princeton, Princeton Univ. Press, 1997. ISBN 9-78069-1011806
2. *Андреенкова А.В.* Постматериалистические / материалистические ценности в России / А.В.Андреенкова // Социологические исследования. - 1994. - № 11. – С. 4-12.
3. *Поляков Л.* Методология исследования российской модернизации / Л. Поляков // Политические исследования. – 1997. – № 3. – С. 5–15.
4. *Рассади́на Т.А.* Трансформации традиционных русских ценностей в нравственных ориентациях россиян / Т.А.Рассади́на. Дис. д-ра социол. наук 22.00.01 – история и теория социологии. - М. – 2005. – 24 с.