

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет соціальних наук та соціальних технологій
Кафедра соціології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
Освітньо-кваліфікаційний рівень - бакалаврат
на тему
**КРЕАТИВНИЙ КЛАС НА ПРОТИВАГУ ІНТЕЛІГЕНЦІ В ЦІННІСНО-
ЕЛЕКТОРАЛЬНОМУ АСПЕКТІ**

Виконала студентка 4 р. н.:
спеціальності
0.54 «Соціологія»
Демкова Анастасія Дмитрівна

Науковий керівник:
Винницький М. І.,
доц., канд. наук.

Київ - 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1.1. Понятійний апарат дослідження інтелігенції	8
1.2. Класична модель інтелігенції: склад, цінності та перспективи існування.	13
1.3. Концепція креативного класу: склад, ціннісний аспект, мотивація..	16
1.4. Моделі, Індикатори та Індекси вимірювання креативності.....	19
1.5. Місце та сутність ціннісно-електоральної поведінки в системі виборчого процесу	27
1.6 Методологічні підходи до вивчення електоральної поведінки	30
2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННІСНО-ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО АСПЕКТУ ПЕРЕДСТАВНИКІВ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ ТА ІНТЕЛІГЕНЦІЇ В УКРАЇНІ.....	34
2.1 Глибинне інтерв'ю як якісний метод збору та аналізу інформації.....	34
2.2 Складові інструментарію дослідження ціннісно-електорального аспекту представників креативного класу та інтелігенції: питання для глибинного інтерв'ю	36
ВИСНОВКИ.....	70
ДОДАТКИ	77
Список використаних джерел	108

ВСТУП

У 2019 році в Україні відбулися Президентські та Парламентські вибори, які докорінно змінили політичний ландшафт нашої країни. Багато явищ позбавились стійкості, систематичних властивостей, опинилися протиріччя з формами і видами суспільної свідомості і діяльності. Результати Президентських та Парламентських виборів були відображення класової структури та інтересів суспільства. Існування класів продовжується і розрізнення класів досі має надзвичайне значення. Адже вони є втіленням теоретичних концептів економічних, соціальних і культурно-ціннісних характеристик.

Складовою частиною політичного процесу є активна участь населення у формуванні механізму народовладдя, шляхом виборів на всіх рівнях. Стаття Конституції України, яка гарантує даний принцип є Стаття 38, у якій в свою чергу реалізовані вимоги статті 21 Загальної декларації прав людини: право кожного брати участь в управлінні своєю державою як безпосередньо, так і через вільно обраних представників, а також право на рівний доступ до державної служби у своїй країні. Виборча система України передбачає загальне, рівне та пряме виборче право (Конституція України, стаття 38, 1996). Як показує досвід Президентських та Парламентських виборів, громадяни України приймають активну участь у політичному житті суспільства. Можна стверджувати, що ключовим моментом у створенні державної політики та демократичного середовища є саме преференції виборців, які формуються завдяки політичній свідомості. Про політичну свідомість Швидак О. та Сівцова Н. у статті «Політична свідомість як фактор політичної діяльності» говорять як про невід'ємний атрибут політичної дії, його неодмінний елемент. В свою чергу політична свідомість формується за допомогою політичної культури, що включає в себе політичні потреби, інтереси, цінності та традиції. Сукупність політичних потреб, інтересів, носіями яких виступають соціальні групи і

суспільство в цілому, є основою формування індивідуальної політичної свідомості. Кожна соціальна група намагається представити свої політичні інтереси, як такі, що відповідають загальним інтересам. Разом з тим політична свідомість, відображаючи об'єктивні інтереси нації, народу в цілому, характеризується і загальнонаціональними рисами, які притаманні всім соціальним групам та індивідами (Швидак, 2001). Зрозумівши цінності та структурні виміри інтелігенції та креативного класу, можна говорити про їх політичну свідомість, або ж ціннісно-електоральні характеристики даних представників.

Інтелігенція як соціальне явище покликана виконувати свідому та ініціативну роль у формуванні, збереженні та передачі національних цінностей, норм та традицій. За Гусейновим А. та Апресяном Р., цінності - це значущі для людини матеріальні або ідеальні об'єкти, які відповідають якимось потребам, інтересам, намірам, цілям, планам людини або групи людей чи суспільства. Вони ж і будують систему ціннісних орієнтацій та ієрархію цінностей, зокрема моральних (Гусейнов, 1998). Перевозник Л. у своїй статті «Українська інтелігенція доби незалежності: стан та морально-етичні цінності» окреслює інтелігенцію, як соціальну групу, до якої входять люди з вищою та середньою спеціальною освітою, котрі професійно займаються розумовою працею, інтелектуальною діяльністю в цілому і котрі здатні здійснювати перетворення в суспільстві й забезпечувати його духовний розвиток на засадах поєднання принципів загальнолюдської та національної моралі (Перевозник, 2007).

Повертаючись до соціальної структури суспільства, а зокрема до одного із його виявів класової структури, постає питання про рушійну силу та двигун суспільства, провідний соціальний клас або спільноту, котра змінюватиме соціум, буде втілювати в життя прогресивні ідеї, вивчатиме характерні риси та систему цінностей своєї епохи. Сучасні науковці схиляються до думки про те,

що таким своєрідним двигуном суспільства є креативний клас. Р. Флорида, автор теорії креативного класу, наголошує на тому, що креативність виступає цінним елементом сьогодення, що передбачає певний тип мислення та продукування ідей, який слід розглядати як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях (Флорида, 2018). Але якщо розглядаючи інтелігенцію, ми можемо говорити про інтелектуальний капітал та розумову працю, то у випадку креативного класу основним аспектом що підлягає вивченню, це креативність, здатність відмовитись від стереотипних форм мислення, виявляти нові аспекти проблеми та створювати нові значущі форми для суспільства. Термін «Креативний клас» запропонований Р. Флоридою для позначення соціальної групи населення, що формує власне бачення майбутнього, ідеологію та організацію суспільства (Флорида, 2018). Розглядаючи розвиток та становлення креативного класу в умовах зміни політичного ландшафту, можна помітити трансформацію громадської активності, довіру до існуючих інституцій та суспільства в цілому. Цінності креативного класу в даних умовах стають незмінними, залишається індивідуальність та самовираження, високі цілі та їх досягнення, індивідуальна ініціативність, цінність різноманіття та відкритості до інших представників населення країни.

На основі розглянутих сталих цінностей інтелігенції та креативного класу, цікавим аспектом було б розглянути преференції голосування, або ж яку роль грає політична культура, ті самі цінності та традиції, у процесі політичної або ж виборчої діяльності. Як голосують ці дві категорії, на основі яких цінностей, політичних преференцій та які аспекти при виборчому процесі для них стають ключовими. Дослідження ціннісно-нормативних основ електоральних уподобань, механізмів дії існуючих моделей електоральної поведінки, дозволить побачити різницю у рішеннях виборців, у політичній культурі та свідомості, і

все ж таки різницю в ціннісних аспектах, які впливають на політичне життя індивіда.

Зміни у суспільстві в основних сферах життя українців мають вплив на такий аспект політичного життя, як ціннісно-електоральний аспект. Даний аспект відображає діяльність у рамках політичного кола за допомогою культурного капіталу індивіда, здійснення вибору за допомогою залучення традицій, норм та цінностей. Безпосередньо на політичну активність може впливати вид способу життя, рід діяльності, фінансове становище і т.д. Тобто умовно фактори формування політичної преференції можна поділити на три групи: соціально-економічні, соціально-політичні та соціокультурні. Прояви політичних преференцій були проаналізовані в працях соціолога Т. Парсонса, який розглядав поведінку «людини маси» крізь статусно-рольове виконання тієї чи іншої функції в межах теорії соціальної дії. Теоретичний внесок у розробку та пояснення політичної преференції зробили Е. Дюргейм, який проаналізував формування феномену натовпу і його поведінкові особливості. Також, З. Фрейд розглядав соціальні феномени з тих самих позицій, що й внутрішні процеси людської психіки і який вважав можливим не спонтанне, а цілеспрямоване формування мас (Ашурбеков, 2015).

З'ясування питання ціннісно-електорального аспекту креативного класу та інтелігенції в Україні стає особливо **актуальним** у контексті глобальних викликів, що стоять перед країною та важливості незмінності зовнішньополітичного вектору держави, адже дані представники виступають так званим двигуном суспільства. Також актуальність даної теми зумовлюється необхідністю продовження розпочатих реформ, зокрема судової системи, державних органів, завершенням реформи децентралізації, що в свою чергу потребуватиме активної участі громадян у місцевому самоврядуванні. Тому, **метою** кваліфікаційної роботи є з'ясування різниці ціннісно-електорального

аспекту представників інтелігенції та креативного класу у виборчому процесі. **Об'єктом** є представники інтелігенції та креативного класу, громадяни України, які за певними ознаками підпадають під представників інтелігенції та креативного класу. **Предметом** Виступає ціннісно-електоральний аспект інтелігенції та креативного класу. Для досягнення поставленої мети вимагається виконання таких завдань:

1. Окреслити відмінність концепту креативного класу та інтелігенції.
2. Виявити та систематизувати основні теоретичні та емпіричні підходи стосовно існування феномену інтелігенції та креативного класу;
3. Виявити моделі, індикатори та індекси формування креативності.
4. Описати сутність ціннісно-електорального аспекту у формуванні політичної поведінки.
5. Розробити гайд для проведення глибинних інтерв'ю з представниками креативного класу та інтелігенції в Україні.
6. Провести дослідження про порівняння ціннісно-електорального аспекту у представників двох зазначених класів.
7. З отриманого емпіричного матеріалу дослідження виявити та описати ціннісну складову та політичну активність представників креативного класу й інтелігенції.
8. На базі отриманих емпіричних результатів пояснити зв'язок ціннісних аспектів представників та політичної активності.

1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕЛІГЕНЦІЇ ТА КРЕАТИВНОГО КЛАСУ, ЦІНІСНО-ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО АСПЕКТУ

1.1. Понятійний апарат дослідження інтелігенції

Щоб краще зрозуміти та окреслити основні риси інтелігенції варто звернутись до словникових визначень. Доволі часто науковці, беручи до уваги національну культуру та традиції, розглядають інтелігенцію як високоосвічену верству населення, людей розумової праці, культурну еліту нації. О. Шановська проводить ретроспективний аналіз словникових дефініцій даного терміну, який дає уявлення про процес змістовного наповнення, смислового значення, закріплення за даним поняттям відповідно статусу в залежності від домінуючих асоціацій з образом інтелігенції у певному суспільстві, на які впливали характер владних відносин, особливості суспільно-політичного розвитку та ролі інтелігенції в соціумі (Шановська, 2009). Термін «інтелігенція» через російську та польську мови запозичений з латинської (лат. *intelligentia*- «розуміння, здатність сприймати знання») з російської мови походить англійське слово *intelligentsia*. Дане слово вживалось Цицероном для характеристики процесу пізнання. У середньовіччі термін «інтелігенція» використовувався для позначення спроможності індивіда до розумової праці. Цікавим також є визначення інтелігенції, що трактуються у словниках 21 століття. Інтелігенція визначається як соціальний прошарок суспільства, професійно зайнятих розумовою працею, розвитком та поширення культури у суспільстві, і як безпосередня соціальна верства населення. Соціологічним змістом термін наповнився у другій половині 19 століття, інтелігентами називали освічених людей, зайнятих інтелектуальною діяльністю. Петро Саух розглядає інтелігенцію, як особливий соціальний феномен, що асоціюється з певним набором особистісних рис, протягом тривалого часу підпадає під дослідження

різних науковців, дискусій і «сентенцій» правлячої еліти. Говорить про те, що без інтелігенції та без так званої, духовної матриці життя суспільство не просто може стати не повноцінним, але й таким що може втратити перспективу існування. На основі алгоритму класичної моделі інтелігенції, проблем її соціальної ідентифікації, з'ясовується рівень потенціалу та здатності інтелігенції у справі «розхитаного» суспільства і суперечливого глобалізованого світу. Питання, пов'язані з природою цього непростого явища, сутнісними ознаками інтелігенції, її місцем та функціями в соціальній структурі, історичною місією, іміджем і самоідентифікацією, розглядались не тільки соціологами, політологами, філософами, але й письменниками та публіцистами. В другій половині 18 століття це слово стали використовувати у французькій (intelligence), а згодом в німецькій (intelligenz) мовах для позначення освічених людей. Автор розглядає інтелігенцію у двох основних соціальних «зрізах». Перший пов'язаний з категорією людей, які наділені певними духовно-моральними особистісними якостями. Другий - з тією самою соціальною групою, яка долучена до розумової праці. Філософська наука розглядала це поняття в одному аспекті у всі часи, в одній площині з такими явищами як «дух», «розум» і «моральність». І це стало підставою вважати інтелігенцію «осьовим» феноменом, який наділений історичною місією (Саух П. , Актуальні проблеми лідерства та еліти в суспільстві: особливості формулювання та механізми вирішення., 2018).

Так, О. Севастьянов умовно ділить інтелігенцію на три рівні, яка обслуговує всі сфери суспільного життя: перший - лікарі, вчителі, інженери, юристи, офіцери, священники, частина творчої інтелігенції; другий рівень забезпечує потреби самої інтелігенції - історики, філософи, соціологи, мистецтвознавці, частина письменників, композиторів та художників; нарешті, до третього рівня належать генератори основоположних ідей, які визначають напрями діяльності всієї інтелігенції в цілому (Севастьянов, 1991). Таким чином,

інтелігенцію можна тлумачити як в соціальному контексті, як соціальну групу, що володіє високим рівнем інтелектуальних та професійних якостей. Однак, поняття «інтелектуал» та «інтелігенція» наповнені різним сенсом. Важко визначити місце інтелігенції в суспільстві за рахунок того, що трактується воно в різних аспектах - соціальному та морально-етичному. Говорячи про інтелігенцію люди часто мають на увазі таке поняття як «інтелектуал». Але основною різницею у цих двох поняттях виступає політична складова та революційний характер. А. Лой, у своїй статті «Українська інтелігенція сьогодні: контексти розуміння» зазначає про різницю у розумінні та використанні поняття «інтелігенція» відповідно до різних традицій розуміння даного суспільного явища. Середній клас поглинув у себе ту верству населення, яку зазвичай у царській Росії називали «інтелігенція».

У Західній Європі віддавали перевагу терміну «інтелектуал». В Європі інтелектуали з'являються як самосвідома верства міського населення з появою університетів, коли університети починають сприйматися як окрема корпорація поряд з іншими. До того ж впливові випускники університетів, якими були лікарі та юристи, підтримували дух свободоловства й незалежності думки, які асоціювались із професурою, студентством, вільними професіями випускників університетів загалом. Європейський інтелектуал породжений одночасно демократичною та діловою атмосферою «міської цивілізації», поєднує відчуття власної індивідуальності з причетністю до конкретної організації. Тому інтелектуальна верства населення ніколи не існувала поза громадським життям (Лой, 2014).

Розрізняти поняття «інтелігенція» та «інтелектуал» потрібно не тільки в рамках історії та розвитку, застосовувати не тільки по відношенню до історичних суб'єктів, але й до індивідів, що мають істотно різні властивості. Макс Вебер описав «інтелектуалів», як «певний прошарок населення без особистого інтересу до економіки». Для Вебера «інтелектуали» проявляють себе як творчий авангард

суспільства, як виробники інтелектуального збагачення, який згодом розповсюджується ширшими колами. «Інтелігенція» зображується як «пояс передачі», який утримує ідеї та постійно нагадує про продукти, вироблені «інтелектуалами». Але важливіша відмінність між представниками «інтелігенції» та «інтелектуала», на думку Макса Вебера, у ідеологічній складовій. «Інтелігенція» описується як краще налаштована група, що використовує ідеологію для власної переваги. В свою чергу, «інтелектуали» надають перевагу матеріальній вигоді (NarvseliusE. , 2012). Оскільки термін «інтелігенція» певним чином пов'язаний з розвитком культурного життя, було проведено аналіз перших публікацій, де вперше виникло використання цього терміну, використання і розвиток його в радянські часи та сучасний період. П.Л. Лавров розробив концепцію «критично мислячої особистості», що була переосмислення теорії німецького філософа Б. Бауера. Прихильники цієї теорії вважали, що прогрес та розвиток людства, залежить від критично мислячих особистостей, що відносили до класу інтелігенції. Функції інтелігенції лежали в площині інтелектуальної творчості, критичному осмисленні суспільних процесів, розумінні та представленні суспільних інтересів, що є їхніми власними інтересами (Евсютин, 2002).

У той же час популяризації набуває поняття «інтелігенція» і в Російській імперії. Письменник П. Боборикін крізь призму своїх творів надає характеристику тодішній «інтелігенції», розділивши її на 2 можливих типи: «салонна інтелігенція», яка працювала у «вищому світі» за матеріальні блага; «інтелігенція», яка протиставляла власні інтереси правлячій ідеології.

Російський письменник змальовує «інтелігенцію» такими, що готові пожертвувати матеріальними благами та власними інтересами на високі ідеї (Горбова, Поняття "інтелігенція" у предметному полі соціальної філософії, 2014). Український варіант інтелігенції не вирізняється особливими ознаками, що часто сприймається як прояв національної байдужості, або як бажання

протиставити себе як інтелігента етнічно обмеженим індивідам чи народній спільноті загалом. У такому прояві постає проблематика питання української інтелігенції, як певного соціального прошарку суспільства. На такому рівні існує прояви іншості індивіда, або так звана постановка питання в ракурсі «інтелігенція та народ». Жадько В. у статті «Драматизм духу української інтелігенції» зазначає про те, що саме в добу Нової історії народи повернулись до розгляду та розуміння проявів народних форм крізь призму особливостей мови різних народів (Жадько, 2010). Інтелігенція в такому разі, як об'єктивний розум світобудови проявляє себе універсальні чи певним чином універсальні лексико-семантичні форми, властиві різним мовам. Автор говорить про те, що доба Нової історії дала початок засобам обмежень та встановленню заборон рідної для народу мов.

Традиційно однією з характеристик російської та української інтелігенції була її відчуженість від державної ідеології, опозиція до культури. Інтелігенцію вважають точкою відліку, що незважаючи на політичні зміни та порядок дискурсу, не зникла. Характер цього поняття в пострадянській дійсності залежить від взаємодії між конкретними засобами влади, які виникають у соціокультурних та політичних ситуаціях. У сучасній Україні концепція «інтелігенції» відіграє різні ролі, починаючи від інструменту управління ідентичністю, культурної історії та виправдання індивідуального вибору, до політичного оповідання, що призводить до мобілізації цілої нації (Narvselius E. , 2012). Мартін Малія, американський історик, спеціалізований на історії Росії та Радянського Союзу, зазначає, що походження самої групи «інтелігенція» сходить до «кіл» 1830-40-х рр. 19 століття, які впровадили в Росію ідеологічний переворот у формі німецького філософського ідеалізму. Слово «інтелігенція» мало два значення, що між собою мало точку перетину: люди, які мислять незалежно («критично мислячі реалісти») або «нігілісти» Писарева, були найвідомішим проявом (Malia, 1960).

Отже, визначення інтелігенції як соціального прошарку населення різнилося в різні історичні періоди, в залежності від країни та ситуації в ній. Словникові інтерпретації різних часів додають свої внески в означення даного терміну та його розуміння. Даний термін зазнав певної еволюції, втім на сьогодні єдиного визначення і не існує. Відповідно до сучасних словникових трактувань, термін подають у вимірах новітнього трактування та сприйняття інтелігенції, як соціального прошарку, так і соціальної групи з певними особливостями.

1.2. Класична модель інтелігенції: склад, цінності та перспективи існування.

Кожна історична та культурна епоха змінює загальне розуміння поняття «інтелігенція» та визначення кола тих, хто до неї дотичний та належний. Для того щоб зрозуміти сутність даного поняття, потрібно якісно окреслити класичну модель інтелігенції, визначити склад та перспективи існування. Так, І. Горбова у своїй доповіді «Ідентифікація сучасної української інтелігенції» проводить аналіз ролі сучасної української інтелігенції в соціальній структурі суспільства, визначає традиційні риси та характеристики цієї групи. До пріоритетних риси такого соціального явища можна віднести:

- інтелектуальність, освіченість та професіоналізм, орієнтація на загальну справу, служіння істині та справедливості.
- високий рівень культури та совісті, збереження інтелектуальних збагачень суспільства з метою подальшої трансформації.
- цілісність особистості, яка продукує ідеал людського достоїнства.

В даному випадку ціннісно-моральний аспект особистості, що діє на закріплення власної позиції та ідейності діє на противагу ідеї суспільства (Горбова, Ідентифікація сучасної української інтелігенції, 2014).

Ціннісний аспект для пояснення основних рис «інтелігенції» можна розглянути таку складову людської діяльності як мотивацію. За ієрархією потреб Маслоу, «інтелігенцію» можна розглянути як окрему групу, що потребує пояснення діяльності за наступними складниками (Мескон, Основы менеджмента, 1992):

- фізіологічні потреби для виживання;
- потреба в безпеці та майбутньому (захист фізіологічних та психологічних потреб від загроз суспільства);
- соціальна потреба (бути корисним своєю діяльністю, де основним аспектом виступає почуття соціальної взаємодії та підтримки);
- потреба в повазі та потреба в самовираженні (реалізація власних можливостей, визнання зі сторони оточуючих та компетентність).

Ці всі потреби знаходяться в ієрархічному розташуванні, де кожна потреба може бути не рівноцінно навантажена. Важливість кожного рівня оцінюється пріоритетністю задач та цілей поставленим безпосередньо самим індивідом. Основними рівнями в представниках «інтелігенції» можна виділити наступні: найбільш наповненим рівнем буде виступати потреба в повазі та самовираженні, адже «інтелігенція» продукує власну діяльність на просвітлення та збереження інтелектуальних збагачень в подальшому; соціальна потреба (бути корисним елементом для соціуму та її складників); потреба в безпеці та майбутньому (мати достатній рівень безпеки та впевненість в наступному дні), всі інші рівні будуть не менш наповненими, але не розглядатимуться як пріоритетні. За теорією потреб МакКлелланда мотивація пояснюється у трьох вимірах або потребах: влада, успіх та причетність. Влада пояснюється, як потреба мати безпосередній вплив на інших. Ця потреба знаходить своє розташування між рівнем успіху та причетності. Успіх трактується, як потреба в самовираженні та повазі, а причетність - потреба в побудові взаємодії, груповій діяльності та спілкуванні (Мескон, Основы менеджмента, 1992). В розумінні соціального явища

«інтелігенція», влада трактується як можливість мати інтелектуальний вплив на соціум, продукувати власні ідеї та розуміння деяких соціальних процесів. Успіх, як можливість самовираження «інтелігенції» в соціальних колах, маючи належний рівень поваги до позиційності та ідей даних представників. Причетність є немало значущим аспектом, адже «інтелігенція», як і будь яка група потребує групової діяльності та спілкування, задля забезпечення якісного обміну ідеями та передачі знань суспільству. Якісна групова діяльність забезпечується індивідуальним внеском кожного.

Класична модель інтелігенції будувалась на моральному, етичному началі в життєдіяльності особистості за умови підвищеного рівня громадянськості, патріотизму і людяності. О. Ф. Лосєв, розмірковуючи над характеристикою інтелігенції, писав : *«... інтелігентним є той, хто охороняє інтереси загальнолюдського благочестя. Інтелігент живе і працює сьогодні так, як у майбутньому стане жити і працювати людина в умовах людської доброзичливості. Й до того ж, зовсім не обов'язково, щоб інтелігент усвідомлював це в деталях»*. В умовах відсутності політичного представництва інтелігенція завжди заявляла, що бере на себе відповідальність за долю країни, вважає її відповідальною за майбутнє та долю народу, захищаючи його інтереси. Аналіз громадянської позиції відомих представників інтелігенції, незалежно від історичних обставин, дозволяють нам виокремити основні характерні риси, що складають алгоритм її класичної моделі:

1. Цілісність особистості, яка продукує ідеал людської гідності, впроваджує його в життя, і в його ім'я здійснює моральний суд над реальністю.
2. Благородство душі, безкорисливість, ентузіазм, які проявляються в конкретних справах в ім'я добра інших людей, байдужість до грошей та накопичення розкоші, будь-яких матеріальних благ загалом.
3. Здібність відчувати себе частиною історії, здатність спрямовувати інстинктивні устремління мас.

4. Моральна мужність, як єдина форма егоїзму, що не вимагає жодних жертв. Високий рівень культури та совісті, збереження інтелектуальних сил суспільства з метою спадкоємності розвитку моральної складової в історичному ланцюгу поколінь.
5. Нелінійність мислення, опозиційність масовій ідеології і бюрократії, незалежність від соціально-класової належності, відмова від насильства як методу практичної дії.

Проблем полем класичної моделі інтелігенції стала оптимізація взаємовідносин між технологічною та духовною культурою. В процесі створення інформаційного суспільства зростає роль технологічної культури, прагматичної і раціональної за своєю природою, яка витісняє духовну культуру (Саух, 2018).

1.3. Концепція креативного класу: склад, ціннісний аспект, мотивація.

Центральним питанням соціально-економічного розвитку України у 21 столітті стає формування суспільства, заснованого на знаннях: економіка повинна стрімко трансформуватися в інноваційному напрямку, а українське суспільство - постіндустріальному. Головним актором формування інноваційної економіки виступає людина, а саме її праця. В індустріальному суспільстві питання праці було задіяне в площині понять «сировина» та «ресурси» у масовому виробництві. В той час як в постіндустріальному суспільстві загальна увага приділяється креативному та інтелектуальному продукту праці людини. Тому питання формування та проблематика креативного класу починає цікавити не тільки роботодавців, але й дослідників, представників регіональної влади і великого бізнесу (Монастирська, 2012). Теорія креативного класу виникає як логічне пояснення соціальних змін, що відбуваються у сучасному постіндустріальному суспільстві. Р. Флорида пояснює різницю головних ознак індустріального та постіндустріального, говорячи про те, що в індустріальному

періоду перевага віддавалась сировині та ресурсам, в той час як за умов постіндустріального суспільства приділяється креативному та інтелектуальному потенціалу людини, його розвитку та особливостям. Належність до певного класу виокремлюється економічними функціями, що виконує індивід. Так Р. Флорида виокремлює ґрунтовну відмінність креативного класу від всіх інших класів: *«Представникам Робітничого класу чи Класу обслуговування платять за виконання рутинної, переважно фізичної, роботи, у той час як Креативному класу платять за використання розуму в повному обсязі когнітивних та соціальних навичок його представників»*(Флорида, Homo Creativus: Як новий клас завойовує світ, 2018).

Р. Флорида говорить про виразну ознаку креативного класу, таку як залученість представників до робочих функцій, які полягають у створенні «нових форм, які мають смисл». За сферами зайнятості креативний клас можна розділити на дві складові. Дослідник виділяє «суперкреативне ядро» до складу якого входять «лідери думок» сучасності (людей, які безпосередньо впливають на формування поглядів суспільства, таких як письменники, редактори, видатні діячі культури і знакових представників культури) та периферію «креативних професіоналів», які працюють у широкому колі різноманітних галузей, що характеризуються потужною компонентою знання (високі технології, фінансові послуги, управління бізнесом тощо).

Суперкреативне ядро складають наступні представники:

- професії в галузі програмування і математики;
- професії в галузі архітектури та інженерної справи;
- професії в галузі природничих та соціальних наук;
- професії в галузі освіти, професійної підготовки та бібліотечної справи;
- професії в галузі мистецтва, дизайну, розваг, спорту та засобів масової інформації.

До креативних професій («креативні професіонали») входять:

- управлінські професії;
- професії в галузі бізнесу та фінансових операцій;
- професії в галузі юриспруденції;
- професії в галузі охорони здоров'я - як лікарі, так і технічні фахівці;
- керівники професій в галузі продажів та управління продажами.

Представників технічних професій Р. Флорида також включає до представників креативного класу та вважає їх залученим до процесів креативного розв'язання задач, через «застосування масштабного корпусу складного знання для роботи над фізичним матеріалом». Дослідник наводить приклад дослідження Стівена Барлі, що наголошує на важливості та сильному впливі технічних працівників, які беруть на себе все більше відповідальності для переосмислення своєї ж роботи й ухвалення рішень. На основі цього виникає невимушене розмиття розмежувань між роботою, виконуваною «білими комірцями» (тим, хто ухвалює рішення) і «синіми комірцями» (тими, хто виконує накази) (Флорида, Homo creativus: як новий клас завойовує світ, 2018).

Р. Флорида пише про те, що підйом креативного класу здійснюється за рахунок значного зсуву в цінностях, нормах та ставленнях. Апелюючи до даних інтерв'ю та фокус-груп, досліджень та соціологічних опитувань, дослідник згрупував цінності у три окремі блоки.

Індивідуальність. Представники креативного класу віддають перевагу індивідуальності та самовираженню, що призводить до створення індивідуалістичних ідентичностей, які відображають креативність кожного. Неконформність з нормами організації стає новим проявом індивідуальності і представники креативного класу орієнтуються на певну автономність та незалежність від традиційних норм організації чи інституції, орієнтуючись на групу.

Меритократія. Креативний клас з повагою ставиться до важкої праці, завдань та викликів. Його представники ставлять перед собою цілі та прагнуть їх досягти, намагають просуватися вперед, оскільки відповідально та віддано ставляться до роботи. Але мотивацію у діяльності в них викликає не грошова винагорода, а повага та схвалення зі сторони колег. Дана концепція дозволяє кожному бути індивідуальним, відчути себе потрібним та реалізувати власний потенціал.

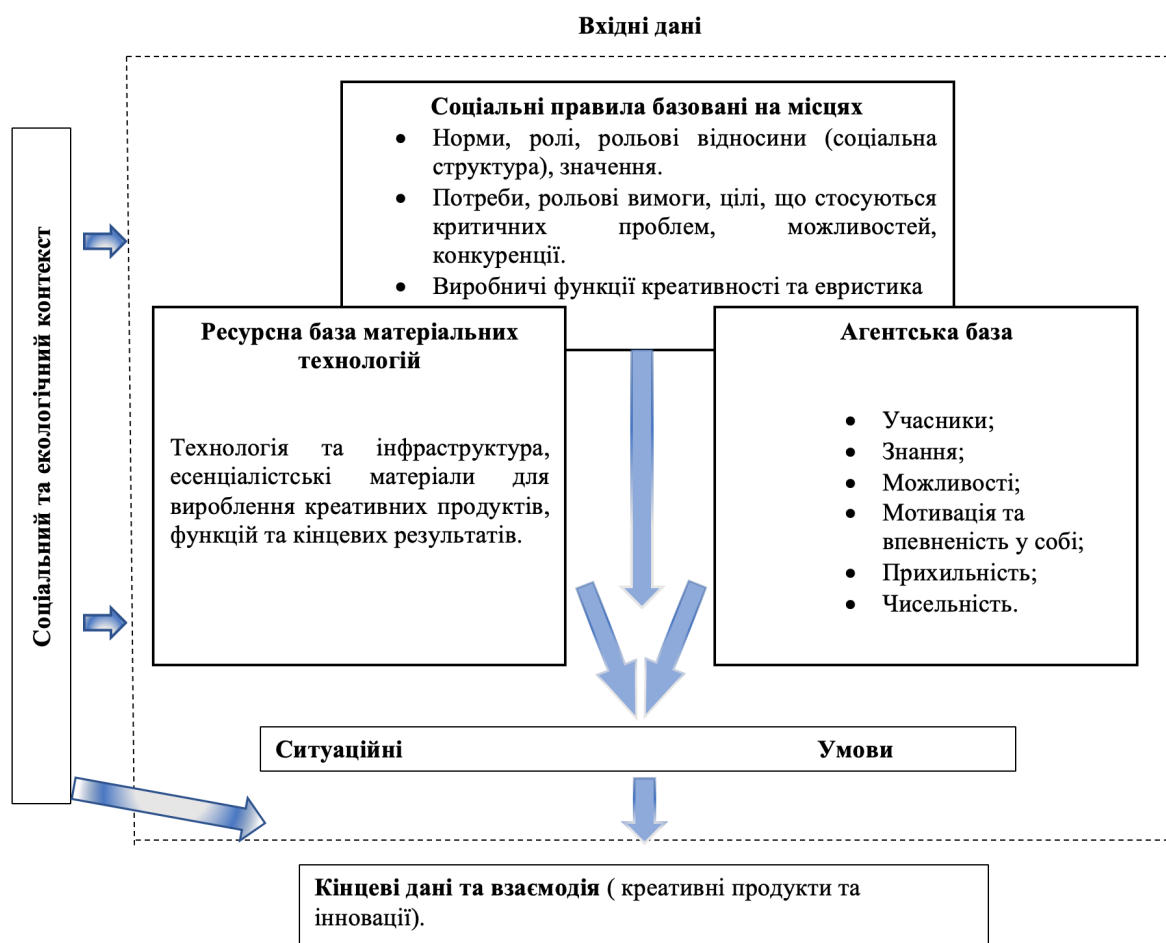
Різноманіття та відкритість. Різноманіття є просто чимось, що цінується зі сторони креативного класу у всіх його проявах. За даними проведених інтерв'ю та фокус-груп з представниками креативного класу, Р. Флорида зазначає, що представники саме цього класу віддають перевагу організаціям і середовищу, що якому відчувається важливість кожного і подальший кар'єрний ріст, незалежно від раси, національності чи сексуальної орієнтації. Представники креативного класу шукають середовище, відкрите до різноманіття в питаннях гендеру, сексуальних уподобань, рас або навіть у випадку індивідуалістичних проявів. І як зазначає дослідник, що існує сильний зв'язок між центрами високотехнологічної індустрії і громадами, які є більш відкритими до іммігрантів, гомосексуалів, індивідів іншої раси (Флорида, Homo creativus: як новий клас завойовує світ, 2018).

1.4. Моделі, Індикатори та Індекси вимірювання креативності.

Моделі креативності Т. Бернса.

Дослідженням креативності займалися такі галузі як психологія та менеджмент. Соціологія не зосереджує свою увагу на креативності, як на інноваціях. Однак у роботі Т. Р. Бернс з колегами презентують моделі інновацій, виходячи з соціологічних систем. Вони поєднують в собі ідею спрямованого вирішення проблеми та адаптації, інновацій та еволюцій у складних селективних

середовищах. Моделі пояснюють ідею адаптації та вирішення проблем, інновації та еволюцію, завдяки ключовим факторам, таким як соціальні та матеріальні структури (Burns, T. R., Machado, N., & Corte, U., 2015). Дана модель наголошує на існуванні так званої агентської бази, до якої входять колективи або окремі особи, що здатні до продукування творчої діяльності в окремих галузях виробництва. Продукування творчої продукції або діяльності відбувається за допомогою соціальних правил, інституцій та культурних форм, які в свою чергу функціонують за чіткими правилами, нормами та ролями. Соціальні правила базовані на місцях та умови формуються для налагодження соціальної діяльності або взаємодії. Це як певні встановлені рамки діяльності, обумовлені правила взаємодії задля якісного проведення процесу продукування креативності. І в кінцевому результаті за допомогою якісного поєднання соціального (норми, правила, ролі, відносини та потреби) та технічного (матеріали для вироблення креативних продуктів, функцій та результатів) отримуємо кінцеві дані (так звані креативні продукти та інновації). Креативними продуктами можуть бути продукти творчості такі як, технічні винаходи, нові стилі в мистецтві, нові ідеї.



кінцевих фаз на більш ранні. Також креативні процеси можуть бути припинені на певній фазі, через недоступність основних ресурсів, продукти можуть бути заблоковані через зовнішній тиск. Фази виробництва креативності мають наступний порядок:

- **Фаза 1.** На цій фазі відбувається процес визнання ініціюючого актора чи групи, окреслюються можливості та ключові вирішення проблем, задоволення потреб та можливостей отримати визнання. Відбувається ініціація інноваційного процесу або організації, процес вирішення проблем у напрямку конкретних групових інтересів чи цілей.
- **Фаза 2.** На даному етапі відбувається безпосередньо постановка та визначення проблеми, її вимірів в організаційному контексті. Актори визначають проблеми, формулюючи можливі стратегії вирішення, які слід спробувати, ідентифікуючи колективні та індивідуальні варіанти вирішення.
- **Фаза 3.** Передбачає собою етап, для початку процесу мобілізації та функціонування однієї або декількох виробничих функцій креативності в соціально-організаційному контексті з упевненістю та особистими здібностями. Передбачає обробку індивідуальних чи колективних операцій, ідеї, технології та інші ресурсів для продукування креативного продукту.
- **Фаза 4.** Після обробки індивідуальних чи колективних операцій, технологій та ресурсів для продукування креативного продукту, креативні агенти приймають чи перевіряють нововведення як правильне чи належне в своєму соціально-організаційному контексті.
- **Фаза 5.** Дана фаза передбачає вибір або відхилення інновації акторами у безпосередньому контексті.

- **Фаза 6-7.** Заклучний етап формування або виробництва креативності передбачає собою розгляд соціальних суджень, прийняття та інституціоналізацію даних суджень в більш ширшому соціально-організаційному контексті. (Burns, T. R., Machado, N., & Corte, U., 2015)

Оглянувши моделі креативності Т. Р. Бернса, можна зробити висновок, що креативність та продукування інновації являє собою людську діяльність, важливу для адаптації та стійкості в еволюційній перспективі. Розвиток креативності може відбуватись не тільки на індивідуальному рівні, але й на колективному, за допомогою соціальних структурних чинників (інститути, культурні утворення, мережі та агенти креативності, що діють у фазах креативності). Вони можуть як обмежувати індивіда у розвитку креативності, або ж навпаки відкривати нові можливості та рамки креативності та інновацій. Дослідження креативності має включати в себе не тільки дослідження індивідуальних можливостей та мотивацій, а також включати суспільство, ресурси, культурний та інституційний контекст потенційних учасників.

Розвиток цивілізації значною мірою залежав від креативності на соціальній, культурній, економічній та індивідуальних аренах. Креативність, таким чином пропагується в таких сферах, як бізнес та підприємство, управління та освіта. Поява економіки, заснованої на знаннях, включала акцент на інноваціях та креативності, як важливих аспектах конкурентоспроможності. Організації, що формують глобальний рейтинг конкурентоспроможності, розробляють конкретні показники для оцінки креативності країн, оскільки існує міцний взаємозв'язок між креативністю та національною конкурентоспроможністю. Креативність розглядається як життєво важливий фактор, що сприяє вдосконаленню та розвитку суспільства. За останні роки було розроблено багато великих програм креативності, наприклад European Year of Creativity and Innovation 2009 (EYIC), який мав на меті визначити пріоритетність

креативності та інновацій в індивідуальному, соціальному та економічному розвитку. Також відбувалося ініціювання національних програм креативного навчання. Одним із таких програм креативного навчання відбулося в Тайвані. У 2002 році Міністерство освіти Тайваню спеціально ініціювало низку проектів, спрямованих на спрямування нації стати «Республікою креативності». Продуктом такої ініціативи виступала публікація «Білої книги» про креативну освіту. Програми креативного розвитку в освітній сфері просувалися у початкових та середніх школах. Переглядаючи «Білу книгу» про креативну освіту та політичні документи, встановлено, що уряд має на меті створення креативного та розвиваючого середовища для розвитку розбіжного мислення всіх громадян, підняття рівня мотивації до інновації та задоволення від творчого процесу (Kuo, H.-C., Burnard, P., McLellan, R., Cheng, Y.-Y., & Wu, J.-J., 2017). Освітню сферу можна розглядати як національну інвестицію в майбутнє країни. Оцінити наслідки та продукти креативності в дуже короткий проміжок часу важко. Оцінювання якості освіти та впровадження креативної освіти дає змогу вдосконалити освітню практику, проведення більш ефективних заходів та навчальних програм. Вкладаючи креативність у навчальний процес країни, розробку інноваційних програм розвитку креативності та творчості, держава закладає майбутнє в індивідів.

Індекси виміру креативності

2009 року було проголошено Європейським роком креативності та інновацій (ЄРКІ), який був ініціативною в об'єднанні всіх країн-членів ЄС, його інституцій та широке коло зацікавлених людей. Його метою було використання та поширення творчого та інноваційного підходів, ініціатив у різних сферах людського життя: від освіти, науки та культури, до підприємства, інформаційного суспільства, працевлаштування та регіональної політики. Європейський союз розглядає питання креативності та інновацій як запоруку розвитку 21 століття. Так, Ф. Ліст визначив, що сучасний стан народів є

результатом маси відкриттів, винаходів, удосконалень, що накопичуються за допомогою всіляких поколінь, які жили до нас. Все це утворює інтелектуальний капітал людини, і кожна окрема нація є продуктивною настільки, наскільки вона змогла засвоїти продукти минулих поколінь та продукувати власні, або доповнити їх власними досягненнями. Тому добробут нації вимірюється не кількістю багатства, а ступенем розвитку виробничих сил. П. Ромер стверджував, що розбудова людського капіталу шляхом освіти та ведення науково-дослідницької діяльності відіграють важливу роль у зростанні доходів на душу населення в майбутньому (Писаренко, 2015). Всі ці речі безпосередньо говорять про накопичення та збереження людського капіталу.

Найбільш сучасним підходом виміру людського капіталу базується на індексному методі, який дозволяє переходити обмеження та викривлення показників, які мають різні виміри. До спеціалізованих індексів належать: індекс здатності для інновацій (Всесвітній економічний форум) та загальний інноваційний індекс (Європейська комісія). Загальний інноваційний індекс використовується для проведення порівняльного аналізу інноваційної спроможності країн та регіонів. Інтегральний індекс - індекс технологічних досягнень (ООН), розраховується на основі чотирьох субіндексів: створення технологій, розповсюдження нових та старих інновацій, професійні навички. Вони в свою чергу розраховуються на основі: 1) середньої кількості років витрачених на навчання; 2) валового охоплення вищим рівнем освіти у математичних і технічних науках (Кваша Т., Мельничук Н., 2011).

Індекс креативності за Р. Флоридою

Оновлений індекс креативності було складено за показниками трьох «Т» економічного розвитку: технології, талант і толерантність. В даному випадку індекс креативності Р. Флориди виступає загальним показником регіонального економічного розвитку й довготривалого економічного потенціалу.

Показник *Технології* вимірюється на основі індексу високих технологій розроблених Інститутом Мілкана для оцінки концентрації високотехнологічних галузей, а також двох показників регіонального інноваційного процесу: кількості патентів на душу населення та середньовічного збільшення кількості патентів. За результатами проведеного дослідження, Р. Флорида зазначає про істотну кореляцію між креативним класом і показниками з технологій, а також на обернений зв'язок між високими технологіями та робітничим класом. Креативний клас прямо корелює з усіма показниками й вимірами високотехнологічної галузі та інновацій, коли в свою чергу робітничий клас показує обернену ситуацію. Загалом було виявлено, що інновації можуть більше зосереджуватись в певних географічних районах.

Показник *Талант* в цьому виданні включає в себе суто креативний клас, коли раніше показник таланту поєднував в собі креативний клас і традиційні виміри людського капіталу. Про креативний клас в даному випадку Р. Флорида говорить у просторі висококваліфікованих, освічених та підприємливих людей, яких називають «людським капіталом», є центральною силою економічного розвитку.

Показник *Толерантність* вимірюється часткою іммігрантів або жителів народжених за кордоном, Індексу геїв та лесбійок, та Індексу інтеграції. Існує кореляція між привітністю або відкритістю географічних місць до різноманіття рас та етносів, іммігрантів, геїв чи лесбійок і високим економічним зростанням такого району. Різноманіття має важливе значення для хороших економічних показників, особливо там де толеруються різні когнітивні стилі - а різні когнітивні стилі пов'язані з демографічним різноманіттям. Місця, що є найбільш відкритими до нових ідей та притягують до себе талановитих і креативних людей з усього світу, розширюють свої технологічні можливості та потенціал майбутнього (Флорида, *Homo creativus: Як новий клас завойовує світ*, 2018).

1.5. Місце та сутність ціннісно-електоральної поведінки в системі виборчого процесу

Під час виборчого процесу активізується політична участь населення, проявляється виборча культура громадян та розкриваються їх соціально-політичні орієнтації, відбувається безпосередня реалізація народовладдя. Право на вільний вибір представників у владі, право обрати та бути обраним мільйони людей захищали та відстоювали віками. Право впливати на політичну спрямованість уряду є фундаментальною складовою демократії. Як наголошує Г. Ерме, існування демократії передбачено не тільки в системі інститутів, це насамперед культура. Вона може існувати лише тоді, коли віддзеркалюється політичний досвід та згода у суспільстві, що спирається на почуття відповідальності і домінування загального інтересу (Эрмэ, 1994). Культура - це багатопланове явище, яке охоплює всі сфери життя особистості і суспільства. В даному випадку варто оглянути політичну та виборчу культуру індивідів. Так О. Дуравкіна зазначає про те, що виборча культура є близькою до політичної, але не тотожною за політичним процесом. Адже основним шляхом реалізації політичної культури є політичний процес. Саме через політичний процес проявляється політична культура, і сам політичний процес є шляхом творення політичної культури. У той же час, у виборчому процесі проявляється виборча культура, де і стає доступною до сприйняття. Але і сам виборчий процес, як і політичний, стає творцем виборчої культури. Виборча культура включає в себе ті елементи і феномени суспільної свідомості, а в більш широкому розумінні - духовної культури суспільства, що впливають на виборчий процес. Подібно до того, як культура визначає ті чи інші правила поведінки та норми в різних сферах життя суспільства, виборча культура пропонує та визначає норми поведінки у сфері реалізації народовладдя. Вона формує електоральні процеси так само, як політична культура надає цілісності політичній сфері, а загальнонаціональна

культура суспільному життю. Отже, можна сказати, що виборча культура - це здатність раціонального політичного вибору, що припускає наявність системи знань, оцінок, норм електоральної поведінки, традицій та цінностей (Дуравкіна, 2009). Одним із перших до необхідності врахування особливостей виборчої культури у проведенні виборів до органів публічної влади прийшов А. Зігфрід. Він першим помітив, що регіональні відмінності у співвідношенні політичних сил є досить усталеними, оскільки обумовлюються політико-психологічними особливостями громадян різних регіонів та країн. Праці Зігфріда дали початок дослідженням, спрямованим на виявлення зв'язків між електоральною поведінкою та об'єктивними умовами існування людей. А. Зігфрід говорив про те, що формування політичних поглядів населення, що лежать в основі електоральної поведінки, обумовлені безліччю факторами, такими як особливості історичного та соціально-політичного формування країни, соціальною структурою та впливом зовнішнього середовища. Він бачив причину у різниці соціальної та політичної поведінки у геологічних особливостях того чи іншого регіону, різницю у традиціях, нормах та цінностях (Нуждін, 2013).

Можна стверджувати, що саме вибори є ключовою складовою політичного процесу в Україні. Для того, щоб стати повноцінним учасником політичного процесу, так званого політичного життя країни, сформуватись як громадянин із власною політичною позицією та орієнтацією, індивід повинен пройти політичну соціалізацію. Процес соціалізації передбачає засвоєння норм в рамках певних інститутів, усвідомлення власного статусу і роль, формування соціально-політичних орієнтацій. Завершальним етапом політичної соціалізації є здійснення та реалізація форм політичної поведінки. А. Литовченко тлумачить політичну поведінку, як процес взаємодії і груп з різними проявами політичної реальності. До політичної поведінки дослідник відносить різні форми політичної участі, політичної активності чи пасивності, а також безпосередньо процес голосування (Полтокар, 2009). А. Ашурбеков у своїй статті «Особливості

політичних преференцій промислового району на прикладі Придніпровського регіону України» згадує праці К. Маркса, який у своїх працях досліджував проблеми політичної свідомості. Маркс один з перших окреслив проблему масовості суспільно-політичних процесів і її джерел, детермінованості свідомості мас і класів. Його погляди були спрямовані на соціально-класові, революційно-практичні чинники, які зумовлюють формування політичної свідомості. Ашурбеков зазначає, що політичні преференції - це ментальний феномен, що включає в себе ставлення до політичних явищ, подій, політичних суб'єктів, емоційне й змістовне ставлення до певних сторін політичного життя. Політичні преференції можуть виникати у наявності альтернатив у різних ситуаціях політичного життя: електоральний процес, ставлення до політичних процесів та суб'єктів політичної діяльності. Вони мають тісний зв'язок з політичною свідомістю та політичною культурою (Ашурбеков, 2015).

Серед основних чинників, що зумовлюють та структурують електоральний процес, Н. Лютко у своїй праці вирізняє соціокультурні, ідеологічні. Окрім того, важливими чинниками є соціально-демографічні параметри (стать, вік), соціально-професійна приналежність, рівень освіти і політичної культури. Ці чинники визначаються ціннісними орієнтаціями виборців, зумовленими і соціокультурним фоном, і індивідуальними особливостями. У своїй взаємозумовленості вони формують політичні преференції громадян. Отже, цінності та ціннісні орієнтації є вагомими чинником електоральної активності і виборчих преференцій населення. Ціннісні уявлення становлять так званий орієнтир громадян, який виливається потім в активність у виборчому процесі, політичній поведінці, сприйнятті та тлумаченні політичних явищ у країні. Лютко також зазначає про те, що ключовим аспектом цього потенціалу залежить і від потреб, інтересів, життєвої ситуації громадян, і від особистої культурної ідентичності, що формується під впливом сім'ї (агентів первинної соціалізації), школи (вторинна соціалізація) культури суспільства та його цінностей. Зміна

цінностей на індивідуальному рівні призводить до змін на макрорівні, що може бути і навпаки залежним процесом. Проте цінності є що не найконсервативнішим елементом суспільної системи. Як найвищу цінність українського суспільства можна виділити наступну, свободу кожного індивіда. Ціннісний капітал має пряму кореляцію з релігійними відмінностями, різне ставлення населення до свободи, справедливості, власності та прав людини (Лютко, 2010).

Амбівалентність суспільних та політичних цінностей посилюється культурною травмою масової свідомості. П. Штомпка її наслідками вважає недовіру до інститутів влади, песимістичний погляд на майбутнє, ностальгію за «кращим» минулим, політичну апатію та травми колективної пам'яті, пов'язані з комуністичним минулим та його героями (Штомпка, 2001). Отже, можна зробити висновки, що політична культура громадян будується за рахунок соціокультурних факторів, індивідуальних цінностей та цінностей суспільства. Культурний капіталом має безпосередній вплив на політичні преференції індивіда, формуючи їх першооснову, здійснюючи вплив на проведення політичного процесу та його ключові результати. Тому голос кожного виборця залежить від тих цінностей та традицій, які йому передало сімейне коло, якого його навчило суспільство та які він особисто виділив для себе. Політика у культура в даному випадку постають взаємозалежними поняттями.

1.6 Методологічні підходи до вивчення електоральної поведінки

У попередньому підрозділі, ми дійшли висновку, що електоральна поведінка являє собою цікавий соціальний феномен, який складається з наступних вагомих факторів, таких як вплив цінностей, традицій сімейного кола та суспільства, індивідуальних преференцій та культурних надбань. Політична

поведінка має в собі внутрішні (стать, вік, регіональна належність, потреби, цінності) та зовнішні (соціально-економічні, соціально-політичні та соціально-культурні чинник) характеристики.

Для визначення електоральних преференцій або окреслення моделей поведінки можна використовувати якісні методи (експертні опитування, метод фокус групи, глибинні інтерв'ю). Однак вони створюють обмеження у вигляді малого охоплення сегменту виборців, тому результати можуть бути сформовані достатнього суб'єктивно. У статті Біцек Е. та Бібер І. «Чи має значення опитування для вивчення електоральної поведінки» говорять про те, що все більш популярним методом для отримання якісних даних з приводу електоральної поведінки є онлайн-опитування. Перевага даного методу очевидна, порівняно з традиційним режимом опитування, адже опитування такого типу можуть проводитися з порівняно низькою вартістю. Але критика щодо методу опитування в Інтернеті така: не всі виборці мають підключення до мережі та не існує єдиного реєстру, що включає електронну пошту для всіх виборців на основі випадкової вибірки. Онлайн-опитування надають корисне джерело даних для дослідження впливів щодо поведінки при голосуванні. Опитування такого типу є більш зручними для респондентів. Але автори у статті зазначають і про неочевидну різницю «традиційного» опитування та опитування-онлайн (Bytzek, 2016).

В загальному можна зробити висновок, що якісні методи дають можливість сформувати корисне джерело для дослідження впливів на політичну поведінку виборця, вплив на її преференції вибору. Якісні методи можуть розкрити тему електорального вибору на основі таких характеристик як цінності, традиції та ідеологія, сімейні та суспільні цінності. В даному аспекті можна говорити про так звану психологію виборів. Дослідники Мічиганського університету А. Кемпбел, Дж. Гурін, У. Міллер заявили про те, що електоральний вибір особи визначається на основі трьох установок. Основна - це

партійна ідентифікація. Дві інші пов'язані зі ставленням до подій та поточного кандидата. В основі партійної прив'язаності лежать вже не такі складові, як релігія, етнос, рівень освіти, а політична соціалізація. Ось ті почуття прихильності до політичної групи формуються під впливом первинних агентів соціалізації. Що означає наступну ситуацію, людина схильна голосувати за ту саму партію чи кандидата, що голосували її батьки, дідусі, бабусі. Але даний зв'язок впливу агентів соціалізації на твої подальші політичні преференції та електоральну активність можна розглядати на країнах з усталеними політичними системами, де стабільність вибору незмінна протягом життя (Шевченко, 1998).

Ще одним соціологічним методом у вивченні та дослідженні електоральної поведінки виступають масові опитування. И. Девятко зазначає про те, що масові опитування влучно використовувати під час вивчення думок і установок широких прошарків суспільства, що забезпечує можливість відстежувати певні зміни у динаміці електоральних уподобань. По суті, масові опитування виступають дослідженням громадської думки (Девятко, 2002). Під час проведення електоральних соціологічних досліджень також використовують фокусовані групові інтерв'ю. Даний метод дозволяє одержати інформацію про глибинні мотиви електорального вибору, основні характеристики політичної активності громадянина. Тобто за допомогою фокус-груп ми можемо відповісти на питання: чому виборці ставляться саме так, а не інакше до певного кандидата, на основі яких аспектів вони здійснюють політичний вибір та чи існує зовнішній вплив на їх вибір (Полторак, 2004). Досить часто використовують також експертні опитування, в якому респондентами виступають особливі люди - експерти. Можна сказати, що це люди компетентні у питаннях досліджуваного явища. Завдяки використанню знань і досвіду експерта, можна отримати інформацію про важливі аспекти досліджуваної проблеми, підвищення

надійності, обґрунтування інформації, доречні висновки та практичні рекомендації (Добреньков, 2004).

Однак найкращим методом дослідження електоральної поведінки на основі ціннісних мотивацій представників креативного класу та інтелігенції є проведення глибинних інтерв'ю. Адже даний метод дозволяє за невеликий проміжок час отримати хорошу базу емпіричного матеріалу для подальшого аналізу, більш глибинні мотиви політичних преференцій та визначення політичної активності, ціннісний аспект та його різницю у представників креативного класу та інтелігенції. Глибинні інтерв'ю, як метод збору та аналізу інформації з приводу електоральних преференцій виборців дозволить якісно розкрити ціннісні аспекти, індивідуальні характеристики, політичні преференції, а головне визначити поділ виборців на певні категорії, в моєму випадку на креативний клас та інтелігенція.

2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННІСНО-ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО АСПЕКТУ ПРЕДСТАВНИКІВ КРЕАТИВНОГО КЛАСУ ТА ІНТЕЛІГЕНЦІЇ В УКРАЇНІ

2.1 Глибинне інтерв'ю як якісний метод збору та аналізу інформації.

Швидкі соціальні зміни та різноманітність світу значною мірою сприяли диверсифікації методів дослідження. Межі кількісних методів визначили орієнтацію на якісні, які є надійнішими за певних обставин. Якісні методи вирізняються: правильним відбором відповідних методів та теорій, визнання та аналіз різних поглядів, роздуми дослідника у рамках процесу отримання інформації від респондентів. Одним із видів якісного дослідження є глибинні інтерв'ю, це техніка розроблена для відображення точки зору учасника дискусії на відповідну тему. Методи інтерв'ю дослідника мотивовані бажанням дізнатись все та більш розкрито під діалогу з учасником щодо теми дослідження. Глибинні інтерв'ю - це ефективний якісний метод, щоб поговорити з людиною про її особисті почуття, думки та досвід. Це також можливість отримати інформацію з приводу того, як люди інтерпретують та впорядковують світ, уважно ставлячись до причинно-наслідкових пояснень респондентів (Milena, 2008). Як правило, під час процесу глибинних інтерв'ю учасники відчують себе впевненіше, спокійніше та більш відкриті до висловлювань найглибших думок з приводу теми дослідження.

Глибинне інтерв'ю часто описується як форма бесіди. Але існує кілька очевидних відмінностей між звичайною розмовою та глибинним інтерв'ю, і перша, це те що цілі та ролі дослідника й учасника є абсолютно різними. Насправді який би натуралістичний вигляд глибинне інтерв'ю мало, воно має нагадувати щоденну розмову між людьми з приводу якоїсь тематики (Legard,

2003). Інтерв'ю в такому випадку може забезпечити доступ до смислів, які люди приписують своєму досвіду та соціальним світом. Глибинне інтерв'ю передбачає собою одержання відкритих відповідей на запитання. Хоча інтерв'юер дотримується якогось загального плану інтерв'ю, порядку запитань та їхні формулювання можуть істотно змінюватись залежно від того, що говорить респондент та який вектор розмови він вбачає. Під час проведення глибинних інтерв'ю на висловлювання респондента не впливають присутні, так як це може бути, наприклад, у фокус-групах (Ярмак, 2010). Даний якісний метод збору інформації полягає в послідовній постановці інтерв'юером респондентові групи питань, з метою розуміння, чому людина поводить певним чином або що вона думає з приводу певної проблеми. Респондентові ставляться запитання щодо досліджуваної теми, на які він відповідає у вільній формі. При цьому інтерв'юер ставить запитання типу: «Чому ви відповіли подібним чином? Чи можете ви пояснити вашу точку зору? Чи можете ви навести певні аргументи?». Відповіді на подібні питання допомагають інтерв'юєру краще розібратися в мотивах респондента та що респондент думає з приводу певної ситуації. Глибинне інтерв'ю може тривати від 30 хвилин до 3-4 годин, залежно від завдань дослідження та особливостей самого респондента. Бесіда зазвичай фіксується на аудіо- або відео плівку, для подальшого проведення аналізу інформації та розкриття теми дослідження. Інформація надана респондентом у вигляді запису, в подальшому переноситься у форму тексту усього інтерв'ю, так званого «транскрипту» і в подальшому використовується для написання аналітичної роботи. Безпосередньо одиницею аналізу виступають висловлювання респондента з приводу певної теми.

Як і в будь-якого якісного методу збору та аналізу інформації існують свої переваги та недоліки. Першою і вагомою перевагою глибинних інтерв'ю є те, що такі соціальні підказки, як голос, інтонація, мова тіла респондента, можуть дати інтерв'юєру багато додаткової та корисної інформації (Opdenakker, 2006). У

глибинних інтерв'ю немає значної затримки між питанням та відповіддю, інтерв'юер та респондент можуть безпосередньо реагувати на те, що говорить чи робить інший. Перевагою цього синхронного спілкування є те, що відповідь опитуваного є більш спонтанною, без розширених можливостей для роздумів. Але завдяки цій синхронності, інтерв'юер має значно більше концентруватись на питаннях, які потрібно задати та на наданих відповідях. Особливо цей аспект є важливим, коли проводиться неструктуроване або напівструктуроване глибинне інтерв'ю. Одним із недоліків синхронного спілкування під час глибинних інтерв'ю може бути час та витрати, особливо коли інтерв'ю має проводитись в певному місці в певний час. Але якщо глибинне інтерв'ю проводиться по телефону або ж у соціальних мережах по відеозв'язку, як наразі під час карантину, то це може заощадити час та витрати обох сторін. Інтерв'юер має створити комфортні умови для респондента, щоб він міг вільно та спокійно себе почувати під час розмови, щоб відкрити людину для щирої розмови без перешкод.

2.2 Складові інструментарію дослідження ціннісно-електорального аспекту представників креативного класу та інтелігенції: питання для глибинного інтерв'ю

Загалом було проведено 10 напівструктурованих глибинних інтерв'ю з представниками креативного класу та інтелігенції. Дана кількість інтерв'ю виступала середнім значенням, адже після 6 інтерв'ю з представниками інтелігенції та креативного класу відповіді починали повторюватись. Задіяно було 5 представників креативного класу, виділеними за критеріями Р. Флориди

(склад респондентів див. у Додаток А). Також були залучені 5 представників інтелігенції, які відбирались за ознаками виділеними А. Севастьяновим та І. Горбовою (склад респондентів див. у Додатку А). Представники креативного класу та інтелігенції в середині категорій підбирались не схожі один на одного. Важливо було залучити представників з різними ознаками та характеристиками, для кращого розкриття теми та глибокого аналізу практичної частини кваліфікаційної роботи.

Часові рамки дослідження: Збір даних проводився з 21 по 28 квітня. Глибинні інтерв'ю проводились в режимі відеозв'язку з використанням аудіо-запису на диктофон.

Локалізація: глибинні інтерв'ю з представниками креативного класу та інтелігенції були проведені в домашніх умовах в різний час, який бу зручним для респондентів.

Критерії відбору респондентів: до дослідження були залучені респонденти згідно зі схемою та складом креативного класу Р. Флориди. Дослідник виділяє наступні ознаки індивідів, які характеризуються ним як креативні, йдеться мова про залученість представників до робочих функцій, які полягають у створенні «нових форм, які мають смисл», людей які займаються креативною працею. Респонденти, які відповідали б ознакам інтелігенції були відібрані за схемою А. Севастьянова та І. Горбовою. За Севастьяновим це можуть бути індивіди наступних професій: лікарі, вчителі, інженери, священники, історики, філософи, письменники та художники, соціологи, мистецтвознавці, які за Горбовою мають володіти наступними рисами: інтелектуальність, освіченість та професіоналізм, орієнтація на загальну справу, високий рівень культури, збереження

інтелектуальних збагачень та цілість особистості. Використовувався метод «снігового кулі»: респондентів просили порекомендувати нового учасника дослідження, що відповідає певним критеріям. Деякі респонденти були знайдені для проведення дослідження в соціальних мережах, а саме фейсбук.

Гайд для проведення напівструктурованого інтерв'ю умовно поділяється на 3 блоки, а саме:

1. Розуміння поняття “інтелігенція”, “креативний клас” та сприйняття структури українського суспільства.
2. Визначення ціннісного аспекту та його складників у представників креативного класу та інтелігенції.
3. Політична активність та фактори здійснення політичного вибору на основі цінностей.

1. Розуміння поняття “інтелігенція”, “креативний клас” та сприйняття структури українського суспільства.

Даний блок питань було складено з метою виявлення обізнаності респондентів з приводу поняття креативний клас та інтелігенція, розуміння наповненості цих понять та його існування в українському суспільстві. Також даний блок був побудований з метою сприйняття респондентами структури українського суспільства, а саме класової свідомості. З респондентами, що за певними ознаками були відібрані до креативного класу, а саме до креативних професіоналів розмова будувалась на розумінні поняття креативний клас та його існування в українських реаліях. Інтерв'ю з інтелігенцією будувалось на розумінні саме поняття інтелігенція та її діяльності в Україні. Згідно структурного підходу увага у розгляді класової свідомості приділяється ролі класових інтересів, зумовлених поточним класовим становищем. У зв'язку з цим раптові негативні зміни в життєвій ситуації можуть відігравати свою роль в

актуалізації класової ідентичності, а відтак, і призвести до підвищення рівня своєї класової свідомості (Симончук, 2010). Отже, через наповненість даного поняття та його вплив на соціальні явища можна звернутись до теорії стосовно різних рівнів класової свідомості, розробленої Майклом Манном. Він виокремив у класовій свідомості чотири рівні, що послідовно відображають рівні зрілості класу (Mann, 1973). Перший рівень - *класова ідентичність* (class identity), відображає сприйняття членами певного класу їхньої власної позиції у класовій структурі. Тобто це як вміння класу ідентифікувати себе, визнавати свої інтереси як класові, як структуровані їх ролі в процесі діяльності. Другий рівень - це *класова опозиція* (class opposition), вміння членів класу визнавати класових опонентів через протилежність класових інтересів. Класова ідентичність та класова опозиція підсилюють одне одного та мають діалектичну взаємодію. Третій рівень - це *класова тотальність* (class totality), показує уявлення членів класу про всезагальність як для кожного з представників класу, так і для зазначених у суспільстві протилежностей інтересів та ідентичності. Цей рівень розглядається тоді, коли індивіди сприймають власну соціально-економічну ситуацію і весь суспільний устрій з точки зору існування класів. І четвертий рівень - *соціальна альтернатива* (an alternative society), передбачає собою формування ідеї бажаного суспільного устрою.

Класова свідомість представників креативного класу та інтелігенції.

Класова свідомість передбачає сприйняття та ідентифікацію членами певного класу їхньої власної позиції у структурі суспільства, розуміння існування інших класів, протилежність інтересів та ідентичності за рахунок певних атрибутів та формування ідей бажаного суспільства. Під час інтерв'ю більшість представників креативного класу змогли з легкістю віднести себе до певного класу. Але важливо зазначити, що у ході дискусії респонденти

наголошували на умовному існуванні класів в українському суспільстві, у деяких виникали труднощі у самоідентифікації та позиціювання себе до певного класу.

«Хмм, важко відповісти. Можна так сказати? Для мене креативищики - це ті, які реально створюють креативний контент, я не творю і не творив його».
(Архітектор та керівник відділу рекрутингу абітурієнтів в УКУ).

«А які класи в нас є взагалі? Чи вони існують у нас? От в тому то й біда, що ми не знаємо, в нас немає градації цієї. І мабуть доброго робітника ми не можемо знайти, і доброго митця не можемо знайти, і політика доброго. Або ж просто зневірені всі. Ну, короче, я не знаю до якого. До патріота України, та й все!».
(Український актор театру і кіно, політик).

Так звані «труднощі» вживалося у ситуації, коли респондент не мав бажання ідентифікувати себе за певними ознаками з конкретним класом, або ж просто ж просто не бачив чіткого розподілу українського суспільства, через відсутність «градації».

Більшість респондентів чітко пояснили свою самоідентифікацію та належність до певного соціального класу: респонденти віднесли себе до креативного класу (креативних професіоналів), інтелігенції, середнього класу, працьовитий клас з сімейними, релігійними цінностями, клас, якому все мало та він все більше хоче щось змінити.

«... Я би відніс себе до креативного класу, якщо говорити в рамках нашої розмови».
(Спеціаліст з кібербезпеки).

«Креативний, прогресивний. Ну тому що працюю журналістом та головним редактором. Я вже просто інакше не зможу».
(Журналістка та Project Manager).

«Ну я думаю, що до класу інтелігенції точно. І не пролетарій, і не селянин, хоча живу в селі. Ну власне і все, і освіта, і сфера діяльності. Дотримуюсь моральних українських цінностей».
(Мистецтвознавець та художник-реставратор).

«Я би віднесла себе до класу якому постійно всього мало і він все більше хоче щось змінити, зробити в цій країні».
(Лікар офтальмолог).

«Ну я би сказав, що я в креативному класі з середніми доходами».
(Прес-секретар партії «Голос»).

«Я думаю, що я як раз представник середнього класу. Якщо орієнтуватись на три базові характеристики: вища освіта, дохід вище середнього, ну і професія, яка пов'язана з інтелектуальною творчою працею».
(Практичний психолог та викладач).

Можна сказати, що класова ідентифікація представників креативного класу та інтелігенції відбулася у респондентів за допомогою наступних атрибутів:

1. Представники креативного класу (креативні професіонали):

- стиль життя;
- сфера зайнятості та професіоналізм;
- широта мислення та розвитку;
- творче самовираження та діяльність;
- інтелектуальна праця та створення нових форм;
- культура та світобачення крізь призму власного світобачення;
- фінансове збагачення за рахунок створення креативного продукту.

2. Представники інтелігенції:

- розуміння своєї ролі в суспільстві та розповсюдження знань;

- внутрішня потреба для морального життя, самоосвіти і саморозвитку;
- вихованість та вміння підтримувати національні цінності своєї країни;
- шанування традицій та норм України;
- рівень освіти та її престиж;
- глибокі моральні цінності та прояви належної поведінки у соціумі;
- фінансове збагачення за рахунок розумової праці.

На питання про те, чи можуть гроші мати вплив на розподіл людей за класами у суспільстві, відповіді були неоднозначними. Можна побачити цікавий феномен, про цінність грошей та їх роль у класовій ідентифікації зазначили представники креативного класу, коли для інтелігенції вони не завжди були основним чинником та взагалі не грали основної ролі в життєдіяльності.

«Та, грають. Це питання, що людина може собі дозволити в тому чи іншому аспекті. Середовище дуже впливає на людину, на формування її свідомості. І якщо в якогось класу є гроші, то вони один навколо одного об'єднуються».
(Спеціаліст з кібербезпеки).

«Ні. Я би казала, що ні».
(Лікар офтальмолог).

«Та в нашому грають. Є бідні, середні, багаті».
(Архітектор та керівник відділу рекрутингу абітурієнтів в УКУ).

«Особисто для мене гроші ніколи не були особливою цінністю. Я вважаю, що не головне. В нашій родині завжди була цінність сімейна».
(Професор та доктор наук, декан магістрів Львівської політехніки).

Якщо говорити про останній рівень класової свідомості, а саме про соціальну альтернативу, яка передбачає собою формування ідей бажаного

суспільства у представників креативного класу та інтелігенції. Тут важливим аспектом є те, як респонденти бачать собі ситуацію в Україні наразі та як уявляють її вектор руху в майбутньому, а саме в зміні структури суспільства.

«Держава піде іншим шляхом. Я не знаю, що у нас має відбутись. Можливо той коронавірус, який буде обирати по принципу IQ».
(Лікар офтальмолог).

«Ну мені хочеться розвивати свій бізнес зараз і хочеться щоб було максимально ресурсів, з точки зору законодавства, та. Побажання щоб в довгостроковій перспективі розвиваючи нашу економічну ситуацію, людям робити краще. Якби ті гроші, які витрачаємо на оборону, вклали в освіту, то Україна б за 10 років дуже змінилась».
(Спеціаліст з кібербезпеки).

«Але я тому то і живу з надією на те, що все буде мінятись у нашій країні, і країна буде потихеньку виздоравливати, що дуже важливо. Але здається мені, що тим шляхом яким ми зараз йдемо, в покращенні цього питання, мужі, які пов'язані з політикою, і з навчальним процесом, і з європейськими країнами, тому що ми хочемо прийти в Європу, і мабуть бути схожими трошки на них. І щоб прийти під захист та безпеку їхню, то нам потрібно створити ось цю державність, а вона ось ця державність може створить тільки від сім'ї».
(Український актор театру і кіно, політик).

«Потрібно щоб люди працювали на збагачення нашої держави Україна, цінували її моральні норми та традиції. Ось тоді тільки ми збудуємо сильну державу».
(Мистецтвознавець та художник-реставратор).

«Україна має завжди йти вперед. Разом з тим не нашкодити не вилити зерна разом з водою. Має прийти людина з думкою такою, що Україна понад усе».
(Етнограф та фольклористка).

«От коли кожна людина буде розуміти, що вона захищена. Тільки тоді наша держава буде нормальною».
(Професор та доктор наук, декан магістрів Львівської політехніки).

Представник як інтелігенції, так і креативного класу вірять в світле майбутнє нашої країни, приблизно для себе окреслюючи вектор її руху. Не дивлячись на певні зауваження та критику влади, нестабільну ситуацію в країні, вони вбачають для себе зміни на краще. Отже, можна зробити висновок, що представники креативного класу та інтелігенції розуміють для себе структуру українського суспільства, а особливо, коли говоримо про аспект класової свідомості. Представники інтелігенції та креативного класу чітко пояснюють аспект самоідентифікації за певними атрибутами. Але різниця між креативним класом та інтелігенцією в Україні чітко проглядається в аспекті класової ідентифікації, тобто атрибутів або ознак, за допомогою яких люди відносять себе до певного класу. Для креативного класу це більше про творчість, самовираження, стиль життя та широту мислення, фінансову сторону за рахунок продукування креативних речей. В той час, як інтелігенція більше говорить про моральні цінності держави, традиції, збагачення національної ідеї та розвиток країни, самоосвіту та фінансове збагачення вбачають у праці інтелектуального характеру. Але не дивлячись на різницю у свідомості та мисленні, інтелігенція та креативний клас вірять в майбутнє нашої держави, просто по-різному інтерпретують ідеї суспільного вектору.

2. Визначення ціннісного аспекту та його складників у представників креативного класу та інтелігенції.

Цей блок було складено з метою встановлення цінностей представників креативного класу та інтелігенції. Основним завданням буде окреслення різниці ціннісного аспекту у представників інтелігенції та креативного класу задля подальшого розуміння політичної активності, електорального вибору та його ключових аспектів. Адже у повсякденному мовленні слово «цінність» можуть набувати різних значень, що вирізняють чи навпаки приховують той, чи інший

аспект досвіду цінностей. Для когось цінність може набувати значення індивідуальних характеристик та преференцій, а хтось розглядає цінності в більш глобальному вимірі, наприклад цінність збереження національності держави.

О. Шумакова говорить про те, що ціннісні орієнтації лежать в основі світогляду кожної людини, її моральних, політичних, естетичних переконань та смаків, визначають її поведінку (Шумакова, 2007). Сформовані ціннісні орієнтації - це так звані вектори свідомості, яка забезпечує усталеність людини і проявляється в певному типі її поведінки, в інтересах, потребах і переконаннях. Дослідниця зазначає про те, що ієрархія цінностей та ціннісних орієнтацій індивіда може будуватись за різними основами, але однією з основних є потреби і інтереси людини. Зокрема основним і завершальним етапом формування цінностей О. Шумакова вбачає у вищій освіті. На її думку, молоді люди зобов'язані орієнтуватись та знати основи інтелектуальних, наукових, в цілому духовних досягнень українського народу в контексті цивілізаційного поступу. Таким чином молоде покоління буде не просто представником українського народу, але й носієм певної культури, транслятором українських досягнень.

У визначенні цінностей М. Рокіча центральним елементом є переконання. На його думку, цінності - це стійкі переконання у тому, що певний вид діяльності та існування є більше особистим або ж соціально прийнятним, ніж протилежний йому (Rokeach, 1973). Рокіч розрізняє два типи цінностей: термінальні та інструментальні (Tuulik, 2016). Термінальні цінності він визначає як найбільш важливі, ситуаційні цілі або бажаний спосіб існування. В той час, як інструментальні цінності - це прийнятні моделі поведінки в суспільстві.

Для пояснення ціннісного аспекту представників креативного класу та інтелігенції у даній роботі буде використано теорію Шварца. Ш. Шварц вважає, що кожна людина поводитьсь відповідно до своїх потреб та цілей, які відображаються у ціннісних формах мотиваційних конструктів активності

(Schwartz, 1992). Дії, які вчиняє людина керуючись певними цінностями, мають психологічні, соціальні та практичні наслідки. Ш. Шварц зазначає про те, що істотний аспект, який лежить в основі відмінностей між різними групами цінностей, є тип мотиваційної цілі. Автор десять типів цінностей згідно з відповідними мотиваційними цілями (Schwartz, S., Sagie, G. , 2000):

- 1) Самостійність (self-direction). Провідною ціллю такого типу лежать незалежність думок та дій, можливості вибору, творчості і діяльності;
- 2) Стимуляція (stimulation). Біологічною основою кожної людини є потреба у постійній стимуляції, тобто знаходження в постійному стані збудження;
- 3) Гедонізм (hedonism). Сюди входять мотиваційні цілі, такі як насолода та чуттєве задоволення;
- 4) Досягнення (achievement). Провідною ціллю даного конструкту є досягнення успіху завдяки вияву компетентності згідно із соціальними стандартами;
- 5) Влада (power). Функціонування соціальних інститутів потребує певної диференціації статусів у міжособистісних стосунках, такі як домінування/підпорядкування, що виникають у більшості культур;
- 6) Безпека (security). Мотиваційною ціллю виступають гармонія і стабільність, безпека мене та моїх рідних;
- 7) Конформізм (conformity). Провідною ціллю такого типу цінностей є обмеження дій, схильностей і прагнень, які можуть зашкодити іншим, або ж порушити соціальні очікування чи норми;
- 8) Традиція (tradition). Традиційний спосіб поведінки стає символом групової солідарності та виявом єдності цінностей. Найчастіше традиції можуть мати вияв у формах релігійних обрядів, вірувань та норм поведінки;
- 9) Універсалізм (universalism). Мотиваційна ціль такої групи цінностей проявляється у формі розуміння, толерантності та захисту благополуччя всіх людей, природи;

10) Доброзичливість (benevolence). В основі цієї групи цінностей лежать доброзичливість, спрямована на забезпечення благополуччя близьких у щоденному спілкуванні.

Ці групи цінностей можна об'єднати у чотири основних або ж загальних груп цінностей, такі як: цінності «виходу за межі я», цінності «самозвеличення», цінності «відкритості до змін» та «консервативні» цінності.

Ціннісні орієнтації представників креативного класу та інтелігенції

Першу ціннісну групу, яку буде проаналізовано це цінності «відкритість до змін». Даний набір цінностей складається з наступних елементів: самостійність, стимуляція та гедонізм. Самостійність може існувати не тільки на рівні думок, але й на рівні самостійності дій. Значення самостійності думок з точки зору мотиваційних цінностей передбачає собою незалежність та розвиток власних ідей. Самостійність дій же більше стосується свободи діяльності та власного визначення напрямку здійснення певних дій індивідом. У ході дискусії з представниками інтелігенції та креативного класу для всіх був важливим аспект самостійності дій, думки та було зазначено про стимуляцію. Респонденти зазначали, що перебувають у постійному пошуку нового.

«Так. Я в постійному пошуку нового для себе і свого саморозвитку. Я не можу прийняти таких людей, яким 55-60 років і на цьому життя закінчується. Я взагалі не розумію цього».
(Лікар офтальмолог).

«Так. Я фактично це і сказав, що для мене незалежність та творчість є основними ознаками моєї діяльності».
(Практичний психолог та викладач).

*«Я готовий працювати щоб зберегти пам'ятки нашої історії, постійно
шукаючи та відкриваючи для себе щось нове у колективах з іншими».
(Мистецтвознавець та художник-реставратор).*

*«Та. Я люблю стрибати з одного на інше, інколи маю погрішність щось не
завершувати, тому що мене може щось інше захопити. А все нове, що я
дізнаюсь, то все тільки заради комунікації з друзями чи партнерами, чи з
іншими людьми».
(Архітектор та керівник відділу рекрутингу абітурієнтів в УКУ).*

Самостійність думки та дій представниками інтелігенції та креативного класу розумілась в аспекті незалежності та розвитку власних здібностей, незалежності у власних діях та думках. Такі прояви в розділенні даних цінностей респондентами говорять нам про те, що вони прагнуть до гарантії їх громадянських прав та свобод, адже вони переконані в тому, що кожен громадянин вільний діяти і думати так, як вважає за потрібне. Було зазначено, що ні вік, ні зовнішні фактори не можуть стримувати людину у потоці творчості та діяльності. А головним моментом пошуку чогось нового респонденти визначили безпосередню комунікацію з друзями, колегами чи партнерами. Таким чином у представників креативного класу та інтелігенції було виявлено актуалізовані прагнення до досягнення успіху, самостійності та інтелектуальної свободи. Про самостійність думки та дії деякі респонденти говорили зі сторони взаємозв'язку з державою, деякі говорили про взаємозв'язок власного розвитку та розбудови української держави, а хтось зазначив про зневіреність та відсутність діалогу між громадянином, його цілями та державою.

*«Хочеться певно все таки відчуття самореалізації та вільного вибору в
державі. Тому потрібно працювати!».
(Професор та доктор наук, декан магістрів Львівської політехніки).*

«Ну, я би хотів щоб вона грала типу таку роль, як фреймворк. Який дозволяє мені реалізовувати себе свій потенціал і щоб вона не перешкоджала мені це робити. Зараз вона відіграє роль більше з точки зору бізнесу».
(Спеціаліст з кібербезпеки).

«І тому то, живучи, працюючи, беручи участь у політичній роботі, я весь час працюю на єдине, щоб почати будувати нашу державу, побудувати її. Збудувати з тими пріоритетами, які багато поколінь казали, що так має існувати українська держава, такі мають бути принципи, а не інакше».
(Український актор театру і кіно, політик).

«Немає підтримки держави, немає розуміння ситуацій. Мені здається, що я народилась на цей світ не за допомогою нашої держави».
(Лікар офтальмолог).

«Державні органи та чиновники забезпечують орієнтацію на законодавство, на те, щоб всі були рівними, на те, щоб були чіткі правила і щоб ці правила були обґрунтованими. В такому випадку я цілковито підтримую українську державу.
(Практичний психолог та викладач).

«Кожен раз коли думаєш про себе, потрібно думати про те, що я можу зробити для України. Хто вчитель, хай вчить, цікавиться та передає. Хто чудовий майстер, прошу дуже. Якщо люди будуть тільки споживати, а не творити для держави, то Україна залишиться без майбутнього».
(Етнограф та фольклористка).

Ціннісному виміру «відкритість до змін» або ж «відкритість до нового» протистоїть наступний вимір, а саме цінності «збереження себе». В даному блоці мова буде йти про такі цінності як традиції, безпека та комфортність. Більшість представників саме інтелігенції говорили про цінності традиції, їх плекання та належне виховання в традиційному аспекті молодого покоління. Про традиції говорили в аспекті релігійному, сімейному національному та історичному.

«Україна - це є мова і звичайно, церква. Це те, що нас тримає. Ми повинні розповідати дітям про свята та традиції. Мене вразило, що діти у яких було церковне виховання, навіть не знають що мають класти в пасхальний кошик. Батькам здається, що кожен рік одна й та сама Паска, ну як кудись поїдуть, то нічого страшного. Батьки про забули, що їхні спогади та уява про Великдень то одне, а спогади їхніх дітей будуть інші. І тому, щоб діти далі любили шалено українські свята, вони далі мають плекати українські традиції. Тому Україну любити, дітей треба вчити».
(Етнограф та фольклористка).

«Головне це родинна цінність, потрібно цінувати свою родину. Для мене дуже важливо зараз, що я маю 10 онуків, маю прекрасних синів, дочок, зятів і невісток. Ось така родинна єдність, це важливо!».
(Професор та доктор наук, декан магістрів Львівської політехніки).

«Я пригадую, що ми завжди вихвалялись тим, що в українців є велика потуга до сімейності, що рід український, сім'я українська, це є первинна річ, яка формує потім наш народ і нашу державу. Але виявляється, що зараз всі розірвані зв'язки і величезна кількість втрачена усвідомлення, яка це має бути сім'я, як вони потім мають підтримувати стосунки, як вони мають потім триматися розуміння одного вектору, і це дуже є важливі питання, які зараз стоять дуже гостро в нашій державі».
(Український актор театру і кіно, політик).

«Потрібно виховувати молоде покоління в моральних цінностях, у внутрішньому відчутті християнських цінностей. Ну і для мене важливі сімейні цінності, вони основні».
(Мистецтвознавець та художник-реставратор).

Для представників виключно інтелігенції важливими були аспекти підтримки традиційних цінностей та переконань, слідувати звичаям своєї сім'ї та поділяти релігійні погляди. Для них важливе значення мають традиції культури та держави. В свою чергу у представники креативного класу відповіді були неоднозначними.

«Не вважаю себе релігійною людиною. Колись був, а потім релігія просто не змогла дати відповідь на ті питання, які я мав. Тому ось так. Я більше все таки почав мислити з точки зору, не те що науки, а використовувати раціональність. Короче те, що більше дасть відповіді на мої питання, тому я більше буду надавати перевагу».
(Спеціаліст з кібербезпеки).

«Я зараз в пошуках. Якись перипетії в державі, які відбувається, не дають мені достовірно вірити в те, чому мене батьки вчили в дитинстві батьки чи недільна школа. Навіть війна і як люди помирають, не вірю що Бог нам дає такі покарання. І от з коронавірусом люди показали, що вони якись слабохарактерні та багато скидають на віру».
(Архітектор та керівник відділу рекрутингу абітурієнтів в УКУ).

«Помірковано вірю та міг би віднести себе до православної церкви. Але тут момент теж не однозначний».
(Прес-секретар партії «Голос»).

«Дуже складне питання, тому що від народження я є християнкою. Але це вибір був зроблений всіма нами, через нав'язування батьків. Я не хожу до церкви, бо наразі ця інституція не виконує своїх функцій. Та й трошки зневірена я в релігії».
(Лікар офтальмолог).

Представники креативного класу в релігії вбачали певну зневіру, говорили про те, що не можуть вільно вірувати за рахунок церкви, бо вона не до кінця виконує свої функції. Більше представники креативного класу зазначали про значення дружба та колективних відносин, коханої людини та кола знайомих.

«Зараз сім'я. Але так було не завжди. Я до цього приходила поступово. Я завжди ставила своїх друзів вище родини. І коли ставало питання, чи провести вечірку з друзями чи побувати на якомусь родинному святі, я вибирала більше друзів. Тому зараз мої найближчі друзі мені майже як родина».
(Журналістка та Project Manager).

«Дружба має бути обов'язково. В мене багато друзів та знайомих. Я вважаю, що тільки за допомогою любові та чистого серця можна щось робити, є якісь сили та хочеться багато чого робити».
(Лікар офтальмолог).

«Дружба важлива, адже це певні соціальні зв'язки, коли ви перебуваєте близько один біля одного. Ви готові не тільки поділити пляшку пива, а і якісь радості, проблеми. Це тіпа як зараз в нас в курені «Лісові Чорти», так і напиши».
(Прес-секретар партії «Голос»).

«Я істота людська, а такі істоті властиво бути в соціумі. В цей час кризи, як раз друзі та кохані люди і підтримують. Дружба - це для мене такі люди, які не дивлячись на сварки та сутички можуть зразу прощати та йти далі. Дружні стосунки важливі для самоаналізу, самоконтролю. Друзі завжди скажуть тобі правду, це важливо щоб аналізувати себе».
(Архітектор та керівник відділу рекрутингу абітурієнтів в УКУ).

В розумінні слова «дружба» та «кохання» представники креативного класу виділили наступні важливі аспекти, такі як: дружба важлива для саморозвитку, що це певна підтримка та опора для існування у соціумі, за допомогою кохання можна робили великі речі, виступає як мотивація до діяльності, навіть коло найближчих друзів можна віднести до сім'ї.

Можна зробили маленький висновок, що представники інтелігенції більше поділяють традиції та культуру нашої держави, більш схильні до релігійних цінностей та традицій, родинних цінностей та ставлять її основним елементом здійснення певної діяльності. На противагу цьому, креативний клас більшу схильність робив на існуванні таких понять, як «дружба» та «кохання», адже ці елементи в житті кожної людини є важливими. За допомогою них людина може побачити себе зі сторони, вони є важливими для саморозвитку та самоаналізу

власної діяльності. Дружнє коло в будь-який момент може надати тобі підтримку не тільки емоційну, але й фінансову.

Переходячи до питання про цінність безпеки більшість представників креативного класу та інтелігенції, зазначили про те, що вони не відчують себе у цілковитій безпеці в нашій державі, наводили приклади інших держав, створюючи порівняння з Україною. Більшість говорити про те, що не можуть жити в гармонії з державою, бо не відчують, що їхні права захищені та вони можуть почувати себе у безпеці.

«Я не відчуваю безпеку в цій країні на 100% і відчуваю від того дуже великий дискомфорт».
(Лікар офтальмолог).

«Ні, не можу говорити про безпеку. Дивлячись де, наприклад в Україні, верховенство права не настільки розвинуто. І навіть, якщо я буду чесним громадянином, порядним громадянином, я не можу бути певний, що в Україні мої права будуть захищені. Я говорю тільки конкретно нашу країну. Можливо в іншій країні, де верховенство права на іншому, більш високому рівні, можливо я би не казав так, як зараз».
(Спеціаліст з кібербезпеки).

«В меншій мірі в мене присутнє відчуття безпеки. Можливо через недовіру до певної діяльності зі сторони країни».
(Практичний психолог та викладач).

«На жаль, я думаю, що мало хто в нашій державі відчуває себе у безпеці та турботу зі сторони держави. Особливо перед виборами ми про це багато говоримо, але всі чиновники не розвивають нашу державу, не піклуються про неї, ну і в даному випадку про мене, про таких як я».
(Мистецтвознавець та художник-реставратор).

«Та не відчуваю я безпеки у нашій державі. Навіть через війну та невпевненість у завтрашньому дні. Лідери нашої держави ведуть себе невідповідно і є друзями Російської федерації. Тому я не відчуваю, що завтра може настати хороший день».

(Архітектор та керівник відділу рекрутингу абітурієнтів в УКУ).

«Ну важко говорити про безпеку. Знаєте, зараз такий час. По-перше переживаєш за небезпеку тої хвороби, що в нас зараз є. Відчуття безпеки за своє життя немає, чи зможуть тебе взагалі захистити. Порівняно зі Штатами, наша країна не може захистити людину».
(Професор та доктор наук, декан магістрів Львівської політехніки).

Представники креативного класу та інтелігенції переймаються безпекою та стабільністю у суспільстві, соціальних взаємодіях та особистому житті. Відсутність цінності безпеки у респондентів може пояснюватись відсутністю довіри до держави та її правління, або ж скептичне ставлення до влади. Пошук безпеки у представників креативного класу та інтелігенції набуває форми мотиваційної цілі. Адже потрібно розуміти, що основою побудови демократичної держави є не тільки розвиток духовності, національної свідомості, але й відчуття безпеки на рівні індивідуальному та зі сторони держави.

Якщо говорити про таку цінність, як конформізм, то можна зазначити, що вона є не значущою порівняно з іншими цінностями представників креативного класу. Представники інтелігенції більш схильні поділяти конформізм у формі прагнення відповідати соціальним нормам і стандартам. Інтелігенти більш схильні діяти за певними соціальними порядками, правилами та законом нашої держави і вчити майбутнє покоління жити за такими самими порядками. Варто зазначити, що деякі представники інтелігенції наголошували про професіоналізми професії кожної людини, не відходити від певним норм суспільства та бути потрібним цій країні. У представників креативного класу консервативні цінності, що виражаються у конформізмі та традиціях, вони є менш значимими, ніж індивідуалістичні цінності.

«Для мене є важливими такі ментальні порядки, не вбий, не вкради і т.д. Головне повернути на свою сторону не момент глобалізації, а цінності України. Важливо вчити дітей правильно жити в суспільстві, адже які будуть внуки, така буде і Україна».
(Етнограф та фольклористка).

«Кожна людина у своїй професії має бути професіоналом, не розумію таких людей, які маючи спеціальність та роботу, не є в ній спеціалістами. Від того ж залежить майбутнє країни».
(Лікар офтальмолог).

«Для мене не існує моральних рамок. Я не гадаю, що вбивство це погано. Я більше схильюся до якоїсь життєздатності якоїсь ідеї. Наскільки вона є прагматична в цьому житті. Чи буде вона жити, чи варто мені це робити, які будуть наслідки? А не робити погані вчинки, тому що це гріх або просто погано, бо так типу кажуть. А більше виходжу з точки зору, наскільки це буде, як це буде впливати на мене. І всі ідеї не виходять з того, що так робили мої батьки або ще хтось, в моєму суспільстві так прийнято. А знову ж таки з життєздатності певної концепції, наскільки вона допомагає мені жити комфортніше».
(Спеціаліст з кібербезпеки).

«Потрібно іноді виходити за рамки норми. Адже ти можеш побачити щось прекрасне. Коли ти постійно будеш сидіти в своїй соціальній кулі, то ні до чого доброго це не призведе».
(Прес-секретар партії «Голос»).

Можна сказати, що представники креативного класу більш відкриті до нового, говорячи про те, що норми та соціальні порядки не завжди існують на краще. Інтелігенція ж вважає, що потрібно кожному залишатись на правильних позиціях у суспільстві, дотримуватись певним норм та порядків.

Отже, можна дійти висновку, що представники інтелігенції більше поділяють набір консервативних цінностей, цінностей «збереження себе», а саме традиції, безпеку та конформізм. Представники інтелігенції поважають традиційні цінності, культурні, сімейні та цінності держави. Для них важливо

займатись саморозвитком та пошуком нового, але поділяючи соціальні норми та порядки. Можна сказати, що представники інтелігенції більш зважено та раціонально здійснюють певну діяльність. В той час, як для представників креативного класу індивідуальні норми та цінності стоять вище ніж традиції, сім'я та соціальні норми. Важливими цінностями вважають дружбу та кохання, адже це запорука саморозвитку та самоаналізу. Представники креативного класу здійснюють певну діяльність через власні ідеї та не дуже зважають на соціальні порядки, норми суспільства. Вони не порушують закон, але індивідуалістичні цілі в здійсненні певної діяльності переважають.

Переходячи до набору цінностей «вихід за межі я», буде виявлено пріоритетність таких цінностей як універсалізм та доброзичливість, у представників креативного класу та інтелігенції. Універсалізм передбачає собою розуміння, прийняття та толерантність по відношенню до людей та природи. Людині, яка поділяє ідеї універсалізму важливо завжди розуміти точку зору іншої людини, важлива думка людей, схожих на неї, вона переконана, що кожен має жити в рівних умовах та можливостях, і вона дбає про захист навколишнього середовища. Така цінність, як доброзичливість спрямована на забезпечення благополуччя близьких у щоденному спілкуванні. Людина, яка вважає цю цінність важливою або поділяє її, за будь яких обставин готова прийти на допомогу близьким людям, на першому місці у її житті є піклування про рідних, та їй важливо щоб люди, яким вона приділяє час мали до неї довіру. Говорячи про розуміння та важливість таких цінностей, як універсалізм та доброзичливість у представників інтелігенції та креативного класу можна сказати наступне, що більшість представників поділяють такі цінності та вважають її важливою.

«... і цей народ, український, він дуже різний. Він є той, який на чолі прагне зміцнитись у всьому світі народ, він є той народ, який допомагає всьому. Є величезна кількість людей, які сумніваються куди ми йдемо, є ті хто ненавидить цю Україну, і народившись тут, ївши хліб цієї країни, не любить ні

мову, ні жити тут. От такий народ український, він різношерстий. Але дуже важливо щоб ми якнайшвидше зуміли у формат поставити ось ці, соціально такі, значимі питання, які би зуміли організувати нас, людей з мудрістю існування нації».

(Український актор театру і кіно, політик).

«Мені важливо дивитись з моєю командою та моїм керівником в один бік, і мені не потрібно було б нічого доводити. В мене дві такі зараз команди толерантні та з ліберальними цінностями, от би всі українці були. Особливо наші красномовні політики».

(Журналістка та Project Manager).

«Людині варто бути відкритою до допомоги та до спілкування, я люблю таких людей. Головне мати симпатію та щирість для співпраці, а інакше мені навіть не потрібно таке буде».

(Прес-секретар партії «Голос»).

«Раніше українці були більш відкрити, от коли мій батько приходив свататись до мами, то двері не закривались ніколи. Раніше люди проявляли розуміння та повагу один до одного, цінували те, що вони мають. Покоління, яке було перші роки після радянської влади було ще відкритим, а от потім поняття вкрати почало існувати. А зараз покоління мене засмучує. От не розумію, от як в неділю можна йти до церкви, як в тебе двір заповнений пластиковими пляшками? Як можна не цінувати нашу природу, нашу землю?».

(Етнограф та фольклористка).

Представникам інтелігенції та креативного класу важливо знаходитись в розумінні з людьми, в колективі та колі, де вони мають спільну мову та погляд на певні речі. Їм важливо, щоб люди з якими вони знаходяться в постійній комунікації проявляли певну симпатію і довіру. Також було зазначено про те, що раніше українці були більш відкритими та готовими проявляти розуміння до інших. Представникам інтелігенції та креативного класу важливо проявляти чуйність та чесність по відношенню до рідних людей, задля подальшого розвитку та збереження благополуччя в колі рідних та близькому оточенні.

Також дехто зазначав про те, що потрібно не тільки проявляти повагу та розуміння один до одного, але й сприяти захисту навколишнього середовища, цінувати природу та рідну землю.

І останню групу цінностей, які варто розглянути для подальшого окреслення політичної активності представників креативного класу та інтелігенції це цінності «самозвеличення», а саме влада та досягнення. Людина, яка поділяє такі цінності, як влада та досягнення, прагне отримати певний соціальний статус, контроль або домінування над людьми та ресурсами, багатство та престиж, але в той же час прагнення успіху розглядається в рамках демонстрації компетентності, успішності та певних здібностей. Про важливість цих цінностей говорили більшість представників креативного класу, в той час, коли представники інтелігенції зазначали про важливість досягнень для розвитку держави та її майбутнього.

«Ну мені хочеться розвивати свій бізнес зараз і хочеться щоб було максимально ресурсів, з точки зору законодавства, та. Коли моя компанія буде успішна, не буде таких незрозумілих «маски шоу». У нас же як, коли в тебе успішний бізнес, то вони йдуть до тебе. І, ну для мене важливо, щоби я міг спокійно розвивати свою бізнес діяльність. Люди в мене будуть купувати, я буду робити їм краще і в ту чергу собі».
(Спеціаліст з кібербезпеки).

«Ну я б хотів звісно більше заробляти ніж зараз. А то якось на 4000\$ в місяць ну таке. Гроші - це ж певний престиж в Україні?»
(Прес-секретар партії «Голос»).

«Я вже як 20 років лікар офтальмолог. Сказати, що я про це мріяла, ну це був не дуже свідомий вибір. Він все таки був обмежений педагогічним університетом, медичним, торговим та політехнічним. Все таки був ближче медичний, але чи зараз я можу говорити про престиж та схвалення своєї

роботи? Ну знаєте, під час карантину я зрозуміла, що лікарів в нашій країні не цінують!». (Лікар офтальмолог).

4. Політична активність та фактори здійснення політичного вибору на основі цінностей.

Для української політичної культури, електоральна поведінка є найбільш доступною формою політичної участі для більших верств населення. Від того як та за допомогою чого здійснюється електоральний вибір, залежить подальший політичний склад, який приходить до влади та розвиток політичної системи країни. Тому, у даному блоці ставиться за мету дізнатися чи представники креативного класу та інтелігенції є політично активними громадянами, чи ходять вони на вибори та що виступає мотивацією у виборчому процесі, як вони здійснюють електоральний вибір та на основі яких цінностей. Як феномен виборчої культури, як важливої підсистеми виборчої культури серед представників креативного класу та інтелігенції зумовлює характер виборчого процесу в Україні.

Для подальшого аналізу потрібно розуміння та окреслення поняття політичної активності. Це одна із форм суспільної активності, діяльність соціальних суб'єктів, яка має на меті впливати на прийняття політичних рішень, здійснення своїх інтересів (Левченко, 2008). Політична активність властива як індивідам, що беруть участь у політиці, так і масам, буває усвідомленою та стихійною. Кожна держава, здійснюючи політику, намагається заручитись підтримкою якомога більшої кількості громадян. Говорячи про Україну, як про демократичну державу, що вбачає політичну активність однією з головних умов здійснення своєї політики, досягнення та стабільності у державі взагалі. Активний громадянин у демократичній державі зазвичай керується мотивом вибитися в люди, домогтися певних благ, підняти професіоналізм влади та

поліпшити соціальну практику країни. У свідомості активного громадянина зазвичай наявні приватні або ж суспільні інтереси, ідеали, еталони громадянської поведінки, моральна позиція, а також завищене почуття власної гідності та справедливості.

Результати дослідження показали, що окреслення себе політично активними громадянами України у представників креативного класу та інтелігенції розділились. Деякі представники інтелігенції вказували про політично активне минуле своє та родини. Важливо зазначити, що респонденти окреслювали себе політично активними громадянами за певною діяльністю в партіях.

«Ну це однозначно, тому що на всіх виборах до мене звертаються більшість партій, щоб я був в їхніх списках. Слідкую за діяльністю всіх політичних партій, я створив першу організацію руху в Острозі, був першим головою районної організації руху. Просто я був в політиці завжди, коли була небезпека. Я ніколи не припиняю цікавитись політикою. Адже коли ти припиняєш цікавитись політикою, то зацікавляться тобою».
(Мистецтвознавець та художник-реставратор).

«Я зараз виборюю державу, я українську державу по сьогоднішній день виборюю, я тому і є у Всеукраїнському об'єднанні «Свобода», і тому я належу до цієї партії, яка займається внутрішніми проблемами організації життя нашої держави».
(Український актор театру і кіно, політик).

«Ну ми така національна родина. Мій дід був в Січових Стрільцях, бабця керувала «Союзом України» в Рогатині, батько був в організації «Народний Рух», я навіть була депутатом від руху в 90-ті роки у Львові. Зараз я напевно відійшла від того всього, бо багато несправедливого навкруги. Але я членом «Просвіти», вважаю себе такою активною проукраїнською жінкою».
(Професор та доктор наук, декан магістрів Львівської політехніки).

Деякі респонденти окреслюючи себе не політично активними громадянами, зазначали про зневіру до політичної системи та процесів в державі, хтось зазначив про відсутність політичної системи та партій, адже вони штучні. Але недовіру до кандидатів та виборів представники інтелігенції та креативного класу окреслили наступними причинами: розчарування в обіцянках та велика кількість неправдивих, незрозумілих схем та рухів, маніпулювання інформацією крізь ЗМІ, низька обізнаність у політичних процесах.

«Зараз вже ні. Перший Майдан 2014 року, я його провела на Майдані і вірила, що ця Революція це надія. В мене відбулось багато подій через мої політичні погляди, такі як зміна моєї діяльності. В мене можна сказати відбувся такий політичний облом відбувся. Я стала більше вникати в політичні схеми та рухи, зрозуміла, що там немає жодної правди і довіри».
(Лікар офтальмолог).

«Мушу вам сказати, що зараз не є я політично активною людиною. Я була трошки зворушена вибором українців, навіть не тому, що я можу мати щось проти сучасного президента. Ні, я просто не розумію, як українці, які хотіли кращого, могли зробити таке, дивуюсь».
(Етнограф та фольклористка).

«Ні. Політично активною людиною я не є, тому що в нас немає політичної системи. В нас в Україні не склалась система партій, якщо б вони дійсно існували, я думаю що я б приєднався. Я навіть колись думав вступити до якоїсь партії, проте вони всі штучні і насправді не вони визначають політичний ландшафт».
(Практичний психолог та викладач).

«Я б сказала, що я більш громадсько активна, ніж політично. Тому як, я дуже обережна з тим, кого підтримувати публічно. В партій є така здатність перефарбовуватись і ти можеш залишитись в дурнях».
(Журналістка та Project Manager).

Представники креативного класу та інтелігенції розглядали політичну активність крізь діяльність у партіях, у тому числі депутатів, чиновників вищої ланки та лідерів політичних партій. Адже політична активність допомагає підвищенню ефективності діяльності політичної системи, якщо вона проявляється в інституційних формах, регулюється правилами та правовими нормами. Але не дивлячись на таку розбіжність в окресленні своєї політичної активності серед представників креативного класу та інтелігенції, можна говорити про політичну діяльність. Адже політична діяльність характеризується безпосередніми діями, задоволенням власних політичних інтересів та політичною участю у виборах. Всі респонденти зазначили про політичну участь у виборах, але говорячи про аспект мотивації приймати участь у виборчому процесі розійшлись. У респондентів, що окреслили себе політично активними однією з мотивацій ходити на вибори був аспект належності до певної партії.

«Ну, моя мотивація ходити на вибори, я мушу ходити на вибори, бо я є партійний чоловік і я навіть на виборчі дільниці ходжу, як спостерігач і як виборець. Бо було би дивно б якби я належав до Всеукраїнської об'єднання «Свобода» і щоб я то не прийшов на вибори. А як може громадянин України, навіть якщо він є безпартійний, не вибрати собі орієнтир майбутнього існування своєї держави».

(Український актор театру і кіно, політик).

«Завжди ходила щоб відстояти свою думку. Останніми роками я ігнорую місцеві вибори, навіть не бачу сенсу ходити, бо нікого там не знаю. Останні президентські вибори для мене були принциповими, тому що розуміла, що буде кардинальна зміна вектору».

(Лікар офтальмолог).

«На вибори потрібно ходити, голосував за менше зло. Потрібно йти та вибрати людей, які щось можуть робити і мій голос має бути завжди».

(Мистецтвознавець та художник-реставратор).

«Я не прихильник думки про те, що не потрібно йти голосувати, бо все проплачено. Насправді окрім цієї сторони є ще чисті бюлетені, які потім на дільниці починають заповнювати. Потрібно ходити і віддавати свій голос».
(Архітектор та керівник відділу рекрутингу абітурієнтів в УКУ).

Отже, політична поведінка, зокрема процес електорального вибору є мотивованою дією, що пов'язана з деякими складниками, наприклад знаннями, традиціями та менталітетом людини. Окреслюючи мотивацію представників креативного класу та інтелігенції ходити на вибори, більшість зазначили про недовіру до кандидатів та виборів, як процесу в цілому. Основною мотивацією брати участь у виборчому процесі респонденти вважають відстоювання думки, віддати голос за правильну кандидатуру та й зазначали про те, що цей процес уникати не можна. В даному випадку ми можемо говорити про виборчу культуру, яка є одним із ефективних засобів впливу громадянського суспільства на органи державної влади, здатність зміни перебігу політичного процесу, вплив на функціонування інститутів влади, зокрема на склад уряду та представницьких структур влади (Дуравкіна, 2009). Зокрема моделювання електорального процесу за допомогою конструкту «цінностей» у своїх дослідженнях описував Р. Інглхарт. Автор зазначає, що тенденції значущості тих чи інших культурних цінностей впливає на притаманні громадянам конкретної країни форми політичної участі та особливостей електорального вибору (Инглхарт, 1997). За його словами, у передових індустріальних суспільствах, де переважають цінності модерну, участь громадян у політичному житті, описується виборчим процесом. Відношення до влади є поважним, люди цінують та обирають дисципліну, самовідданість та економічне зростання. Але в країнах, де норми індустріального суспільства поступаються місцем цінностям постмодерну, люди починають прагнути до свободи індивідуального вибору життєвих стилів. В такому випадку

зменшується повага до влади і посилюється акцент на розвиток політичної участі й самовираження.

Говорячи про взаємозв'язок цінностей та електорального вибору громадян цікавим є виділення певних цінностей у представників креативного класу та інтелігенції під час виборчого процесу. Розглянувши набір цінностей та їх різниці у респондентів в минулому блоці, можна говорити про традиційну та ліберальну ідеологію під час виборчого процесу. Більшість представників креативного класу зазначили, що голосують за певну стабільність, власний розвиток у державі та можливості. В свою чергу ж представники інтелігенції віддавали свій голос за розвиток держави та збереження її норм, цінностей та традицій.

«Мені важливо бачити цінності партії, голосувати за курс розвитку нашої країни. Для мене важлива освіта, історія шляху людини за яку я голосую і команда. І звісно стабільність, про яку ми так мріємо».
(Лікар офтальмолог).

«Я голосую перш за орієнтацію на Європу і за інтеграцію з європейськими державами, структурами й цінностями для мене є визначними. Мій вибір за європейську незалежну Україну».
(Практичний психолог та викладач).

«У мене ж є свої вимоги, а скоріш бажання від держави. І, я просто максимально шукаю того кандидата, який буде мене наближати державу до цих цінностей, що вона зробить для мого комфорту. Хоча, це зазвичай штука плаваюча, ми можемо говорити про одне, а робити зовсім інше».
(Спеціаліст з кібербезпеки).

«Україна понад усе! Я голосую за цінності, норми моралі та порядних людей, які будуть в політиці. Але на жаль наша держава не створила таких умов, щоб в політику йшли порядні люди».
(Мистецтвознавець та художник-реставратор).

Можна говорити про різницю у ціннісному аспекті під час електорального вибору представниками креативного класу та інтелігенції. Представникам інтелігенції важливо бачити розвиток держави та її можливостей, тоді їхні власні потреби будуть задоволені. Вони більше наділені почуттям любові та вдячності власній країні, її традиціям та культурі, її нормам та можливостям саморозвитку в цій країні. В той час, як представники креативного класу більше розглядають державу, як місце перебування, акцентуючи увагу на власному саморозвитку та збагаченні, маючи ряд певних вимог до держави. Так, вони здійснюють певну політичну діяльність, слідкують за перебігом політичних подій, свідомо віддають свій голос на виборах, але ціннісні мотиви в них більше індивідуалістичні. Якщо ж представники інтелігенції готові вчитися, працювати та робити все можливе для власної держави, то представники креативного класу будуть здійснювати певну діяльність для держави під власним баченням, задля власного саморозвитку та розвитку рамок можливостей.

Цікавими були роздуми представників креативного класу та інтелігенції на питанні, чи може різнитися ціннісно-електоральний аспект в креативного класу та інтелігенції, і чому. Більшість респондентів зазначили про існування різниці в ціннісно-електоральному аспекті у представників креативного класу та інтелігенції, але деякі говорили про існування різниці не між групами, а в середині груп.

«Вони голосують по-різному, але це дуже категорично сказано. Я не можу сказати, що типу цей клас буде голосувати так, а ось цей так. Тут більше зводиться питання до спроможності класу мислити окремим чином, де вони можуть приймати більш ніж одну константу. От такі люди є в різних класах. Навіть серед бідних є люди, які мислять по-іншому, бо їх виховало так середовище, в них такий тип мислення».
(Спеціаліст з кібербезпеки).

«Зрозуміло різняться, навіть у людей з одного класу чи з одними діями, люди по-різному сприймають світ. Не може бути певних шаблонів, вони завжди різняться та будуть різнитися».
(Мистецтвознавець та художник-реставратор).

«Люди мають голосувати для того, щоб Україна залишилась Україною. Кожна людина має думати, як зберегти Україну, захистити її від війни з Росією і т.д.».
(Етнограф та фольклористка).

Причинами цієї різниці електорального вибору респонденти вважали: цінності, спосіб мислення та сприйняття світу, адаптивність до змін та діяльності. Респонденти зазначили про те, що інтелігенція - це більш консервативне поняття, що це люди думок та раціональності, моральний приклад того, як потрібно діяти, вони більше думають за оточення та навколишнє середовище. Були думки про те, що інтелігенція голосує за збереження того, що є в країні, за певну стабільність та впевненість у завтрашньому дні.

«Абсолютно, різниця вона є. Цінності це головна різниця. Людина, яка працює і хоче зробити щось для своєї країни, має одні цінності. Людина, яка живе в своєму просторі, в неї цінності на рівні індивідуальному сконцентровані».
(Лікар офтальмолог).

«Цілком, тому що інтелігенція - це дуже широке поняття. Серед навіть моїх людей, електоральний поділ за останні вибори відбувся дуже різко. Інтелігенція голосувала за збереження того, як було, а інші хотіли змінити все. Ось такий електоральний поділ у нас в Україні і стався».
(Професор та доктор наук, декан магістрів Львівської політехніки).

«Ну голосування інтелігенції та креативного класу мало б різнитися. На мою думку, інтелігентами не стають через посади на роботу. До інтелігенції ти потрапляєш не зі своєї волі, ти є моральним прикладом, ти говориш і дієш так, що для тебе важливіше доля інших людей, навколо тебе. Умовно ці люди роблять так, щоб не тільки в них з'явилась вдома лампочка, а й у всьому під'їзді».

(Прес-секретар партії «Голос»).

Креативний клас окреслили як швидкий та адаптивний, вільний та незалежний, це люди дії та змін, вони голосують за безпеку та забезпечення себе, а не за долю держави.

*«Так. Бо навіть слово «інтелігенція» воно більш консервативне і справа в тому, що мої однолітки вони не будуть себе називати «інтелігентами». Інтелігенти - це старші люди, які виросли ще в Радянські часи, це люди думок. Креативний клас більш швидкий та адаптивний до змін, люди дії. Все таки спосіб мислення впливає на сприйняття світу, на цінності, які в свою чергу впливають на вибір.
(Журналістка та Project Manager).*

*«Мені здається, що креативний клас себе позиціонує, як вільний й незалежні. Хоча хтось продається за гроші, хтось за ідею, а потім пропагує. Це люди, які мають продавати свій креатив, вони хочуть безпеки та забезпеченості. Але ж безпеки немає, забезпечення теж, а як же бізнес?»
(Архітектор та керівник відділу рекрутингу абітурієнтів в УКУ).*

Отже, можна зробити висновок, що представники інтелігенції здійснюють електоральний вибір на основі таких цінностей як: традиції, консерватизм, безпека та універсалізм. Для цих людей, основою їх електорального вибору є збереження та розбудова держави, впевненість у стабільності та збереженні історії. Представники креативного класу здійснюють свій електоральний вибір на основі наступних цінностей: самостійність та досягнення. Для них важливим аспектом виступає не збереження та розвиток держави, а їх позиція в державі. Ці люди є відкритими до нового та змін, їм не дуже важлива стабільність, вони можуть пристосовуватись до обставин та ситуацій, є більш гнучкими та адаптивними. Їхні досягнення слугують основою для їхнього саморозвитку та

майбутніх звершень, їм важливо зберегти те, що вони мають та забезпечити подальший розвиток їхніх процесів, наприклад, у веденні власного бізнесу.

Електоральний вибір представників креативного класу та інтелігенції можна пояснити «теорією мотивації людини» Абрагама Маслоу (Maslow, 1943). Дана теорія має вигляд піраміди та описує ієрархію потреб людини в наступному порядку: на найнижчому рівні знаходяться фізіологічні потреби (повітря, харчі, сон, продовження роду), вище рівнем йде безпека (безпека тіла, праці сім'ї, здоров'я та власності), наступним - любов (дружба, сім'я та сексуальні стосунки), ще вище, гідність (почуття гідності, довіра, повага та визнання зі сторони інших), та на найвищому останньому рівні самореалізація особистості (мораль, творчість, вирішення проблем). А. Маслоу говорив про те, що в поведінці людини домінують потреби найнижчого рівня, і коли вони будуть задоволені, то людина переходить до наступного рівня. До прикладу, людина починає думати за моральні цінності в тому випадку, коли її фізіологічні потреби, безпека, любов та гідність належним чином задоволені. Представник інтелігенції може здійснювати електоральний вибір задля задоволення найвищого рівня потреб, наприклад, таких як збереження моральних цінностей традицій та культури народу, вирішення проблем на рівні держави та забезпечення стабільності. Коли всі рівні індивіда належним чином задоволені, тоді вона належним чином може подумати про загальнолюдські цінності, цінності своєї країни та її народу.

Ще одним поясненням здійснення певного електорального вибору може бути наявність приватної власності у людини, адже це говорить про вищий ступінь її свободи - меншу залежність від держави та уряду, здатність самостійно забезпечувати свій найнижчий рівень потреб за А. Маслоу, і навіть задовольнити потреби вищих рівнів (Дем'янчук, 2012). Тим самим у людини з'являється потреба захисту досягнутого нею рівня потреб. Отже, ми можемо говорити і про різницю в електоральному виборі у економічно залежних та вільних індивідів.

Адже для економічно вільних явно характерним буде захист своєї приватної власності, відтак і підтримка тих політичних сил, які будуть надавати їй захист і підтримку. В той час, як економічно залежні здебільшого будуть думати про свого економічного «власника» - великого економічного підприємця, від якого залежить добробут найманих працівників. В цьому випадку економічно залежні люди будуть думати про державу, електоральний вибір буде націлений на ті політичні структури, які можуть забезпечити їй добробут та стабільність, безпеку та захист на рівні держави. А отже, економічно залежні люди в свою чергу будуть думати про збереження та розвиток країни, її становище та культуру, традиції та цінності.

Отже, різниця в електоральному виборі представників креативного класу та інтелігенції пояснюється набором цінностей та мотивацій. Для представників креативного класу індивідуальні цінності і справді можна розглядати основою формування електоральних преференцій і вибору. А для представників інтелігенції консервативні цінності стоять на рівні вище за індивідуальні, такі люди, в першу чергу, замислюються про збереження та розвиток держави, де вони народились та вирости.

ВИСНОВКИ

Викладений матеріал у цій роботі дозволяє зробити наступні висновки:

1. Основна відмінність концепту креативного класу та інтелігенції полягає в наповненні та сенсі даних понять. Креативний клас, ми можемо окреслити як групу людей, яка творить соціальну дійсність за допомогою продукування креативності. Р. Флорида стверджує: «Радикальна відмінність між креативним класом та іншими класами полягає в тому, за що отримуються гроші. Представникам робочого та обслуговуючого класу платять головним чином за виконану роботу згідно плану, тоді як креативний клас заробляє гроші, проектуючи і створюючи щось нове, і робить це з високим рівнем автономності та гнучкості, порівняно з іншими» (Флорида, 2007). Флорида зазначає про те, що підйом креативного класу здійснюється за рахунок значного зсуву в цінностях, нормах та ставлення. Основними цінностями креативного класу є меритократія (основна мотивація діяльності не грошова винагорода, а повага та схвалення зі сторони колег), індивідуальність (некомформність з нормами та порядками організації стають проявами індивідуалізму), різноманіття та відкритість. Інтелігенція ж визначається, як соціальний прошарок суспільства, професійно зайнятих розумовою працею, розвитком та поширенням культури у суспільстві. Класична модель інтелігенції будувалась на моральному, етичному началі в життєдіяльності особистості за умов підвищеного рівня патріотизму і людяності. Ці люди мають наступні ознаки: освіченість та професіоналізм, орієнтація на загальну справу, високий рівень культури та совісті, збереження інтелектуальних збагачень суспільства з метою подальшої трансформації. Така різниця у цінностях та мотиваціях діяльності формує різницю у

формуванні та розвитку політичної культури, що в подальшому призводить до різниці у політичних преференціях, поглядах на розвиток політичної системи та електорального вибору. Адже, цінності впливають на особливості політичної поведінки та електорального вибору. В свою чергу культурні цінності зумовлюють тенденцію політичних преференцій громадян з позиції вибору консервативних або ж відкритих до змін політичних сил. Цінності індивідуального рівня співвідносяться з конкретним електоральним політичної сили чи лідера.

2. Розроблений гайд для проведення глибинних інтерв'ю з представниками креативного класу та інтелігенції містить 3 блоки:
 - Розуміння поняття “інтелігенція”, “креативний клас” та сприйняття структури українського суспільства;
 - Визначення ціннісного аспекту та його складників у представників креативного класу та інтелігенції;
 - Політична активність та фактори здійснення електорального вибору на основі цінностей.
3. Проведене дослідження ціннісно - електорального аспекту представників креативного класу та інтелігенції дозволило виявити розуміння представниками понять «інтелігенція» та «креативний клас», сприйняття структури українського суспільства, визначення ціннісного аспекту та його складових, окреслити політичну активність та фактори здійснення електорального вибору на основі цінностей.
4. На основі зібраного емпіричного матеріалу дослідження було виявлено ідентифікацію представниками креативного класу та інтелігенції їхньої власної позиції у суспільстві, розуміння існування інших класів, за рахунок

певних атрибутів та формування ідей бажаного суспільства. Представники креативного класу та інтелігенції розуміють структуру українського суспільства, формуючи самоідентифікацію за певними атрибутами.

Представники креативного класу віднесли себе до креативних професіоналів за наступними ознаками:

- стиль життя;
- сфера зайнятості та професіоналізм;
- широта мислення та розвитку;
- творче самовираження та діяльність;
- інтелектуальна праця та створення нових форм;
- культура та світобачення крізь призму власного світобачення;
- фінансове збагачення за рахунок створення креативного продукту.

Представники інтелігенції окреслили наступні ознаки самоідентифікації:

- розуміння своєї ролі в суспільстві та розповсюдження знань;
- внутрішня потреба для морального життя, самоосвіти і саморозвитку;
- вихованість та вміння підтримувати національні цінності своєї країни;

- шанування традицій та норм України;
- рівень освіти та її престиж;
- глибокі моральні цінності та прояви належної поведінки у соціумі;
- фінансове збагачення за рахунок розумової праці.

Була виявлена різниця між креативним класом та інтелігенцією в аспекті класової ідентифікації, або ознак, за допомогою яких люди відносять себе до певного класу. Для представників креативного класу ознаки більше стосувались творчості, самовираження, стилю життя та мислення, фінансового збагачення за рахунок продукування креативних ідей та продуктів. В той час, як інтелігенція більше зробила акцент на питання моральних цінностей держави, традиціях, збагаченні національної ідеї та розвитку країни, фінансове збагачення вбачається у праці інтелектуального характеру.

У ході дослідження було виявлено та описано ціннісну складову представників креативного класу та інтелігенції. Використовуючи теорію цінностей Шварца, було виявлено різницю у наборі та пріоритетності цінностей представниками креативного класу та інтелігенції. Представники інтелігенції більшою мірою поділяють традиції держави та її культуру, важливим аспектом представники виділили слідування звичаям сім'ї та релігійним поглядам. Цінності самостійності думки та дії конформізму та досягнень, представники інтелігенції розглядають виходячи з комунікації з державою, власної діяльності та досягнень задля збагачення своєї країни та її майбутнього розвитку. Для них важливо пам'ятати та цінувати культуру рідної країни, історію та її минуле. Представники креативного класу надають перевагу таким цінностям, як влада окреслюючи її крізь рамки престижу та багатства. Вони не так притримуються

традицій, сімейних та релігійних норм, говорячи більше про пріоритетність понять «дружба» та «любов» для власного розвитку та самоаналізу діяльності. Для них важливим є пошук нового та саморозвиток, вони не готові притримуватись та поділяти консервативні цінності, слідувати соціальним нормам та порядкам. Представники креативного класу більше думають про рівень індивідуальних збагачення, притримуючись власних ідей та можливостей. Але спільною цінністю для представників креативного класу та інтелігенції було виділено безпеку, знаходитись в розумінні з іншими людьми, проявляти та так само отримувати почуття довіри.

Окреслюючи політичну активність та електоральний вибір представників креативного класу та інтелігенції можна зазначити, що політичну активність представники окреслювали крізь активну діяльність у партіях, у тому числі депутатів, чиновників вищої ланки та політичних лідерів. В даному випадку краще говорити про політичну діяльність представників, яка передбачає собою безпосередні дії, які полягають у задоволенні власних політичних інтересів та політичної участі у виборах. Всі представники креативного класу та інтелігенції говорили про активну політичну діяльність, мається на увазі свідоме та раціональне прийняття рішень, за кого віддати свій голос та моніторинг політичної ситуації в країні, але аспект мотивації у представників був окреслений по-різному. Основною мотивацією ходити на вибори, представники креативного класу та інтелігенції виділили як обов'язкову участь у виборчому процесі, відстоювання думок, віддати голос за правильну кандидатуру або ж партію.

5. На базі отриманих емпіричних результатів було виявлено зв'язок ціннісних аспектів представників та здійснення електорального вибору. Зокрема, представники інтелігенції здійснюють електоральний вибір на основі таких цінностей як: традиції, консерватизм, безпека та універсалізм. Для цих

людей, основою їх електорального вибору збереження та майбутнє держави, стабільність та збереження набутих культурних та історичних пам'яток, традицій та норм держави. Представники креативного класу здійснюють свій електоральний вибір на основі наступних цінностей: самостійність та досягнення. Для них важливим аспектом виступає збереження власної позиції в цій державі, а не її розвиток та розбудова її можливостей. Креативний клас є відкритим та адаптивним до нового, до ситуацій та змін. Їхні досягнення слугують основою для їхнього саморозвитку та збагачення, важливим є збереження вже набутих речей та забезпечення умов для подальшого розвитку процесів діяльності. Тому держава для них виступає ланкою, що має забезпечити комфортні умови для саморозвитку та ведення діяльності. Електоральний вибір представників креативного класу та інтелігенції пояснювався «теорією мотивації людини» А. Маслоу. Мова в даному випадку йшла про те, що набір цінностей у представників різних і рівні потреб задоволені по-різному. Представники інтелігенції можуть здійснювати електоральний вибір задля задоволення найвищого рівня потреб, таких як збереження моралі, традицій, цінностей та культури держави, вирішення проблем на рівні держави та забезпечення стабільності, оскільки попередні рівні потреб у них належним чином задоволені. Ще одним поясненням електорального вибору була наявність приватної власності у представників креативного класу та інтелігенції. Оскільки наявність приватної власності у людини, говорить про вищий ступінь її свободи та меншу залежність від уряду, здатність самостійно забезпечувати свій найнижчий рівень потреб за А. Маслоу. В даному випадку, люди, які мають приватну власність є економічно незалежними, здійснюють електоральний вибір на підтримку тих політичних сил, які в подальшому будуть надавати захист та підтримку приватної власності. В цьому випадку, люди, які не мають приватної власності, є економічно залежними, будуть

націлювати свій електоральний вибір на ті політичні структури, які будуть забезпечувати збереження та розвиток країни, її становище та культуру, традиції та норми. Адже держава для них буде виступати основним каналом фінансового забезпечення.

Отже, різниця в електоральному виборі представників креативного класу та інтелігенції базується на ціннісному аспекті та мотивації. Оскільки для представників креативного класу, індивідуальні цінності і справді можна розглядати аспектом формування електоральних преференцій. А для представників інтелігенції консервативні цінності стоять на рівні вище за індивідуальні, тому ці люди формують електоральні преференції з думок про збереження та розвиток того, що є в нашій країні. Дана робота мала на меті з'ясувати різницю в ціннісно-електоральному аспекті представників креативного класу та інтелігенції може бути продовжена і надалі, але вже в окресленні інших важливих мотивацій здійснення електорального вибору і розширена в контексті представників різних класів українського суспільства.

Склад Глибинних Інтерв'ю

Представники Креативного класу:

1. Лікар офтальмолог (44 роки, жінка, Київ);
2. Спеціаліст з кібербезпеки (25 років, чоловік, Київ);
3. Журналістка та Project Manager (31 рік, жінка, Київ);
4. Прес-секретар партії «Голос» (33 роки, чоловік, Київ);
5. Архітектор та керівник відділу рекрутингу абітурієнтів в УКУ (27 років, чоловік, Львів).

Представники інтелігенції:

1. Український актор театру і кіно, політик (63 роки, чоловік, Київ) ;
2. Практичний психолог та викладач (59 років, чоловік, Київ);
3. Етнограф та фольклористка (не вказала, жінка, Київ);
4. Мистецтвознавець та художник-реставратор (53 роки, чоловік, Острог);
5. Професор та доктор наук, декан магістрів Львівської політехніки (70 років, жінка, Львів).

Гайд з питаннями для проведення глибинних інтерв'ю

Вступ

Доброго дня, мене звати Анастасія і я студентка 4-го року навчання, спеціальності соціологія. Дане інтерв'ю буде проведене з метою написання практичної частини моєї дипломної роботи на тему: «Креативний клас на противагу інтелігенції в ціннісно-електоральному аспекті», а саме для аналізу висловлювань представників креативного класу та інтелігенції з приводу ціннісного аспекту та політичної поведінки. Одразу хочу повідомити, що вся інформація отримана в ході розмови, залишиться конфіденційною та анонімною. І пам'ятай, не існує правильних та неправильних відповідей, прошу вас говорити відкрито та все, що спадає на думку. Якщо ви не проти, я буду записувати розмову на диктофон, для подальшого аналізу.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Питання для початку: Розкажіть будь ласка трішки про себе, хто ви, звідки та чим займаєтесь?(до 2-3 хв)

Блок 1. Розуміння поняття інтелігенція, креативний клас та сприйняття структури українського суспільства (20 хв)

- 1) Як ви розумієте поняття інтелігенція/креативний клас? Чи не могли б ви окреслити дане поняття?
- 2) Якщо говорити про українське суспільство, чи можемо ми його поділити на певні класи за рядом якихось ознак?

- 3) Чи можливо розпізнати представника класу за певними ознаками чи характеристиками?
- 4) Чи грають роль у розділі структури суспільства на певні класи?
- 5) До якого б класу ви себе віднесли та чому?

Блок 2. Визначення ціннісного аспекту та його складників у представників креативного класу та інтелігенції (20-30 хв)

- 1) Чи можете ви сказати, що люди з якими ви працюєте та знаходитеся в постійному контакті поділяють ваші цінності?
- 2) Чи віруєте ви та до якої релігії себе відносите?
- 3) Чи відчуваєте, що живете в безпеці та ваші права в Україні захищені?
- 4) Чи довіряєте ви людям та державі?
- 5) Чи важливим для вас є пошук нового та розвиток власних здібностей?
- 6) Чи є для вас важливими традиції та культура нашої країни?
- 7) Чи є важливими для вас такі поняття, як «любов» і «дружба»?
- 8) Які цінності для вас є найважливішими?

Блок 3. Політична активність та фактори здійснення електорального вибору на основі цінностей (20-30 хв)

- 1) Чи вважаєте ви себе політично активною людиною та чому?
- 2) Чи слідкуєте за політичними подіями та якими саме?
- 3) Де знаходите потрібну інформацію з приводу політики, реформ та життя держави?
- 4) Розкажіть будь ласка про мотивацію ходити на вибори?
- 5) Як відбувається політичний вибір здійснений вами? Як ви обираєте за кого буде відданий ваш голос?

- 6) Які цінності та норми мають бути присутніми у індивіда чи партії, за яких ви віддаєте голос?
- 7) Назвіть будь ласка цінності, які є основними для вас під виборчого процесу?
- 8) Що вам спадає на думку, коли я говорю про ціннісно-електоральний аспект представників креативного класу та інтелігенції? Чи може набір цінностей та електоральний вибір різнитись у цих представників і чому?

Транскрипт 1 (Український актор театру і кіно, політик)

Інтерв'юер: Демкова Анастасія

Тривалість інтерв'ю: 44 хв. 42 сек.

Інтерв'ю проведено: 26 квітня

I: Доброго вечора, мене звати Анастасія, студентка 4-го року навчання спеціальності соціологія. Хотіла б з вами поговорити сьогодні на тему ціннісно-електорального аспекту інтелігенції. Хочу попередити, що вся інформація отримана в ході розмови, залишиться конфіденційною та анонімною. І пам'ятай, не існує правильних та неправильних відповідей, прошу вас говорити відкрито та все, що спадає на думку. Якщо ви будете не проти, якщо я буду записувати розмову на диктофон, для подальшого аналізу. Отже, я думаю що можемо почати, розкажіть будь ласка про себе трошки, хто ти, звідки і чим займаєшся?

P1: Нічого не скажу. А я зараз скажу чому, тому що ж ви не знаєте хто я є?

I: Прекрасно знаю і про ваш рід діяльності, читала вашу біографію та історію життя, але хотіла б почути яку діяльність ведете наразі.

P1: То ви собі вже візьмете з Вікіпедії інформацію про мене, глянете звідки я, що я, де я та на якому світі. Знаходжусь вдома на карантині та одночасно працюю зі студентами по Скайпу. Бо в мене студенти 2-го курсу театрального університету ім. І. К. Карпенка-Карого, я є зав кафедри в театральному університеті і ніколи не міг подумати, що я буду таким чином працювати із своїми студентами. Як і вся кафедра, як і весь університет перейшов власне на таку інтернетну роботу. Але думаю, що вона нам на половинку припадає зараз до пуття, тому що зараз усе таки наше акторське ремесло потребує безпосереднього спілкування, на сценічному майданчику. Ми такий в певний момент, він театрі називається «застільний період», ми його звичайно проходимо і це добре, бо можемо по Скайпу проходити це все. Але все одно рано чи пізно, нам доведеться топтати

ногами сцену або ту локацію, яку ми будемо вибирати, де буде проходити весь цей виступ. Тому поки що такий шлях. Головне дивитись з оптимізмом на всі ті речі, які відбуваються зараз і розуміти, що час змінює людей. Ми починаємо абсолютно звикати до нових обставин і мабуть, ми з цієї великою пригоди 2020 року вийдемо іншими людьми. Люди, які принаймні будуть розуміти, по-перше, що Україна - це є територія, яку потрібно захищати. По-друге, оці речі, що були пов'язані з людиною і світом, що це я людина не якоїсь території, а я належу всьому людству. Це все виявляється в якісь такі ефемерні малюнки. Бо все таки, бачите, коли стається біда, то всі країни замикаються, всі тікають до своєї території, яку неймовірно оберігають і захищають. Ми рано чи пізно повинні навчитися брати приклад з природи, та навіть птахи, відлітаючи в теплі краї і вертаючись назад, вони показують нам малюнок існування свій. І тому то ми і зрозуміємо, що Україна це держава, яка не тільки повинна мати патріотизм, мовну, військову незалежність, свою духовну. Багато-багато чинників пов'язують це, яким же чином повинна існувати держава. Сьогодні ми якраз будемо це проходити. У нас біда на біду наклалася і це дуже важливо. Русифікація повна, яка дуже важко проходить у нас, війна яка є у нас, плюс коронавірус, який є у нас. Все у нас накладається зараз ще й з тими економічними питаннями, які будуть світові вирішуватись. Бо будуть також буде падати економіка. Все будемо ми переживати,, але з цього Господь дає нам такі випробування, які ми мусимо пройти і навчитися багато речей цінувати в собі, які ми не вміємо цього робити. Та й пожежі оці, довкола нас крутяться. Той Чорнобиль, який гримнув у 1986 році, він відгукується нам по сьогоднішній день. Ну, тобто величезна кількість всіляких бід, але нічого, таке людське життя.

I: Переходячи безпосередньо до тематики інтерв'ю, хотіла б задати вам наступне питання. Чи не могли б ви окреслити, що для вас є інтелігенція та як ви розумієте дане поняття?

P1: Ну воно для мене, принаймні на сьогодні, те що я думаю, воно таке об'ємне поняття. І мабуть, мати освіту, мати вихованість, мати вміння оцінювати ті речі, які пов'язані із життям устрою людського, до якого соціуму ти належиш. Мабуть, це багато таких чинників, які складають уміння людини не заважати іншим жити на цьому світі. І в нас є з цим величезна проблема в Україні, бо те що катком прокатало 20 століття, прокотилося по нашій нації і винищена була така велика кількість здорово мислячої, прогресивної частинки наших українців. І тому то, ми зараз така хвора нація, яка має пройти сатисфакцію відродження і мабуть ті всі речі, які були пов'язані з нами, українцями, казали, що ми є надзвичайно толерантна нація, добра нація, співуча, ми вміємо відгукуватись на чужі біди, ми ми ми... А як виявилось, ми стали навпаки дуже черстві і тільки через те, що довкола відбувались величезні переміни, які знищували нас. І тому то, ось ця замкненість вона породжує і ось ту мішанину, яка була створена Російською імперією, яка робила замість населення. Мішала весь час, українці весь час виїжджали з України, хто вчився у вищому учбовому закладі, той мусив покидати Україну, бо йому тут місця не було. З інших республік, з Росії приїжджали на ці місця України і тобто ось така мішанина людська, вона створила те, що у нас є проблеми ті, які ми маємо зараз із духовністю. Але все таки здоровий глузд буде перемагати, мабуть ті, як ми їх можемо називати, живуть в Україні і рахуються громадянами України, то і в паспорті у нас немає національності, і цей народ, український, він дуже різний. Він є той, який на чолі прагне зміцнитись у всьому світі народ, він є той народ, який допомагає всьому. Є величезна кількість людей, які сумніваються куди ми йдемо, є ті хто ненавидить цю Україну, і народившись тут, ївши хліб цієї країни, не любить ні мову, ні жити тут. От такий народ український, він різношерстий. Але дуже важливо щоб ми якнайшвидше зуміли у формат поставити ось ці, соціально такі, значимі питання, які би зуміли організувати нас, людей з мудрістю існування нації. Якщо ми це зробимо, то тоді в нас з'явиться і інтелігенція, яка буде також

проукраїнська. Тому що ми не можемо говорити, що вся інтелігенція, ну візьмемо там мистецьких людей, чи тих хто політикою займається, чи ті вчителі, чи лікарі, чи військові, чини високі. Ми не можемо сказати, що вони докорінно українці по духу своєму, і де ось ця ломка, боротьба така. Тому то ось ця інтелігентність українська, вона поки що у великому змаганні з не прийняттям цих речей, які пов'язані з існуванням держави української. Проте, наприклад, такої, якої я мрію її бачити. Але я тому то і живу з надією на те, що все буде мінятись у нашій країні, і країна буде потихеньку виздоровлювати, що дуже важливо. Бо я ж дивлюся, прихожу в школу, там де мої внуки вчаться, я чую яка це школа. Вона хоч і носить ім'я Івана Франка, 1992 року, київська школа, але вона зовсім не українська школа, тому що в довкілля вчителі, в перерві діти, спілкування і поведінка в школі, це все така якась, пахне такою Московщиною. І воно дійсно правда. Дуже важливе значення мають ті, хто очолюють ці школи, тому що, от наприклад, змінився директор школи, який був тоді 5 років тому назад і його не стало. Але коли він був, були лінійки, була фізична культура зранку, був гімн України зранку, а тепер вже цього всього немає. Тобто школа відроджується завдяки ось цим інтелектуальним гальмам, здібностям тих вчителів, які працюють в тій школі. Ну і молоді студенти, які повинні би були отримувати місця, закінчивши там педагогічні університети, вони на жаль не мають змоги, тому що, державного направлення на роботу немає. Ну не мені вам розказувати, ви пишете диплом, ви самі знаєте що залишитесь поки без роботи, що самі не знайдете собі цю роботу. А я в епосі ще тій жив, де приїжджали головні режисери театрів і вибирали студентів, наприклад театального університету і запрошували. Вінниця, Львів, був вибір Донецьк, був вибір куди тебе брали до театру на роботу і з певними умовами надавали житло, і зарплати, і підйомні, перші якісь гроші були. Але це була система тоді така зовсім інакша, а зараз інакше. Мені здається, що трошки вивернута у нас сама схема вищої освіти. Але це як кажуть зараз, багато величезних зусиль треба щоб виправити ці

речі, які пов'язані з тим, що багато учбових закладів, вони мають дозволи на ту, чи іншу професію, не заслуговуючи на неї. Але відкривши кафедри та спеціалізації, вони таким чином забрали правління в тих університетах, які були флагманами в тій чи іншій галузі і державні замовлення розбіглися по інших університетських кафедрах, інших містах, і не часто вони мають той рівень, який потрібно мати аби давати те чи інше ремесло студентам, І зараз це проблема колосально велика, але здається мені, що тим шляхом яким ми зараз йдемо, в покращенні цього питання, мужі, які пов'язані з політикою, і з навчальним процесом, і з європейськими країнами, тому що ми хочемо прийти в Європу, і мабуть бути схожими трошки на них. Але нам важливо не забувати, що є дуже великі паростки в тому, що у нас було і не треба про це забувати. І є вищі учбові заклади, які мають іншу специфіку організації набору студентів, ніж загальноприйнятий, який зараз популяризується так званою, Болонською системою. Я маю на увазі в першу чергу мистецькі вузи, де не можна без попередніх відборів набирати студентів. Ну величезна кількість, я почав з одного, а закінчую іншим. І тепер питання інтелігенції, що воно таке? От ми її не маємо! Нажаль.

І: Зрозуміло, до якого б класу ви себе віднесли і чому?

Р1: До випускного класу, бо я вже в сьомому десятку живу і я вже у випускному класі. Скоро буде випускний вечір і на моє місце прийде хтось інший в театр ім. Івана Фрака, і буде працювати, і в університеті (сміється). А які класи в нас є взагалі? Чи вони існують у нас? От в тому то й біда, що ми не знаємо, в нас немає градації цієї. І мабуть доброго робітника ми не можемо знайти, і доброго митця не можемо знайти, і політика доброго. Або ж просто зневірені всі. Ну, короче, я не знаю до якого. До патріота України, та й все!

І: Правило! Потрошки переходячи до теми цінностей, хотіла б задати вам перше таке питання. Чи можете ви сказати, що люди з якими ви зараз працюєте та знаходиться в постійному контакті поділяють ваші цінності?

P1: В переважній більшості я знаходжу і коло спілкування те, в якому мені комфортно, і які є по духу мені схожі, і мені подібні. Звичайно є іноді винятки, є якісь там питання, які ми можемо вияснити, але в переважній більшості це люди ті, які однаково мислять так, як і я. Якщо є люди такі, які є антагоністи мені, то я стараюся що робити? Городами, 25-ою дорогою обходити їх, не дивитися в їхній бік і не бачити їх.

I: Я зрозуміла. Які цінності наразі є для вас найважливішими?

P1: Цінності в чому?

I: Цінності сімейні, цінність безпеки в нашій державі і т.д.

P1: Я скажу мабуть таким чином, якщо ми говоримо про те, що ви мені сказали, то наша держава Україна, вона сильна була завжди своїм народом. Народ цей жив в переважній більшості, не в місті, де зберігалася мова, культура, де зберігалися духовні речі. І потихеньку, ці речі почали забуватися. Чому? Тому що йде зараз такий великий демографічний перекося в бік міста, де всі довкола величезних згуртувань позбиралися, де немає роботи і зараз переживають якісь інші драматичні моменти, пов'язані з тим, що люди не знають де себе приткнути у місті. Але, села в переважній більшості ті, які могли б існувати, були б джерелом отих, для українського народу, пізнавальних речей, які зав'язують на історії його, на жаль вони втрачаються і тому то. Я пригадую, що ми завжди хвалилися тим, що в українців є велика потуга до сімейності, що рід український, сім'я українська, це є первинна річ, яка формує потім наш народ і нашу державу. Але виявляється, що зараз всі розірвані зв'язки і величезна кількість втрачена усвідомлення, яка це має бути сім'я, як вони потім мають підтримувати стосунки, як вони мають потім триматися розуміння одного вектору, і це дуже є важливі питання, які зараз стоять дуже гостро в нашій державі. І тому мені здається, що розрушена сама структура сімейна і ось ця формула розрушення сім'ї, вона і несе потім за собою, як та пухлина ракова, всі ті речі які пов'язані з такою неймовірною калейдоскопічною ситуацією, яка є в нас в Україні з приводу

відчуття державника, особистості, той який би міг будувати в майбутньому нашу державу. От всі ніби то і праві, молоді люди які завершують університети, так як ви, вони говорять про те, а що ж нам робити в цій країні, коли в нас тут немає ні роботи, нічого, ми не можемо заробити, мусимо тікати за бугор. І там то й знаходити собі щастя. І вони, з якоїсь такою людської точки зору є абсолютно праві. Якщо держава не думає про те, як утримати спеціалістів молодих тут, в державі і дати їм достойні моменти для проживання, і дати можливість працювати на державу. Але з другого боку, ніхто ж ні в кого не забирає почуття державника будівничого, тим паче, що ми мали величезну кількість тих українців, які мандруючи століттями по цілому світі і пропагують українство. Але пам'ятаємо ще одну таку важливу річ, що той хто виїжджає з України рано чи пізно він асимілюється, хоче він того чи ні. І ось ця асиміляція з'їдає здорову силу інтелектуального накопичення наших українців, які на жаль не повертаються, бо хтось то і повертається. Але не так як зараз, не дай Боже з тим коронавірусом вертаються, бо це вже інша ситуація. Важливий ще ось це й момент сімейний, мені здається, що це є найголовніша річ для того щоб утримати всі решта важелі, які пов'язані з існуванням держави. Навіть мій університет в якому я викладаю тримається на духовній культурі тих людей, які приїжджають з периферії, переважної більшості так. Тому що ті хто поступають з міст, вони вже мають іншу логіку, філософію, інше знання, інакше відчуття тих речей, які людина повинна мати в цьому світі, в якому ми є, ідентифікувати себе як та, що належить до когось, до якоїсь території. І ми це зараз відчуваємо як раз дуже гостро, тому що ті об'єднання, які відбуваються у світі з Євросоюзом і з тими країнами які б хотіли бути разом, для майбутнього бути разом і для всього світу. Виявляється і не так, що може бути поворот, особливо зараз, після цієї економічної кризи, яка на нас чекає. Воно все може повернутися ще в інший бік і мабуть, усі держави закриються в собі, і стануть такими осередками своєї національної, якогось такого здобутку. Хоча це складно в такому світовому

масштабі утримати, але всі до цього будуть прагнути. Ну а нам, по-перше, потрібно це обов'язково створити, для того щоб ми могли увійти в коаліцію інших країн, які на порядок вищі по інтелекту, по економіці, та й по всьому іншому. І щоб прийти під захист та безпеку їхню, то нам потрібно створити ось цю державність, а вона ось ця державність може створить тільки від сім'ї.

I: Дякую, яку роль грає держава у вашому житті та яким одним словом ви можете її окреслити?

P1: Я зараз виборюю державу, я українську державу по сьогоднішній день виборюю, я тому і є у Всеукраїнському об'єднанні «Свобода», і тому я належу до цієї партії, яка займається внутрішніми проблемами організації життя нашої держави. І тому то, живучи, працюючи, беручи участь у політичній роботі, я весь час працюю на єдине, щоб почати будувати нашу державу, побудувати її. Збудувати з тими пріоритетами, які багато поколінь казали, що так має існувати українська держава, такі мають бути принципи, а не інакші. Тобто, я будівник держави, можу сказати, що я один з тих хто будує по цеглинках свою державу. Я так думаю, бо про мене хтось інший може думати інакше.

I: За якими політичними подіями зазвичай слідкуєте та де черпаєте потрібну інформацію?

P1: Ну інформацію сама до нас лізе. Нам би бути здоровими і мудрими, аби знайти спосіб не пускати величезну кількість інформації, бо вона в переважній більшості йде дезінформацією. А чим більше ти будеш мати різноманітних джерел, які будуть мати на ту чи іншу подію свій погляд, то можливо собі і вдасться знайти своє розуміння правдивості тієї ситуації. Бо як виявляється, довіряти всім тим, хто несе цю інформацію, тим хто її каже не можна. І тим паче, що ми розуміємо, що в нас блудство і політичне невігластво воно просто розквітає, буйно квітне невігластво політичне в Україні. Можна таку пісню заспівати «Всюди буйно квітне черемшина», якраз ось ці слова що я сказав. Ось такий відбір, як школярі йдуть до школи, от так само ми тільки починаємо

братися до рук, ті люди, які стають громадянами, не злодіями, які стають не бандитами, а які думають про перспективу як буде існувати наша Україна. І що мене дратує, коли себе ототожнюють і кажуть щоб тут був порядок, в цій країні. Треба казати все на себе, повинні брати участь зараз, потужно, бо ж невідомо скільки ми будемо жити на цьому світі. Рік то і місяць народження є, а дата подвигу того не відома. Потрібно залишити щось то й після себе! Я колись грав такого хорошого шекспірівського героя, який називається Ягель, і всі ми знаємо, що цей персонаж довів Отелло і Дездемону до краху їхньої любові і до трагедії. Яго, це той хто помстився їм всім і тільки інформація, яка була не правильно ним розтолкована, яку він всякчас у вухо своєму Отелло вливав і довела його до того, що він зроби Отелло таким як він є, ця п'єса вже існує 450 років і ми її добре знаємо. Але є такі у Яго слова, він говорив Отелло і важливо усвідомити, що з його уст ця правда йде, слова такі: «Для жінки чоловіка честь їх добре ім'я,, то найцінніший скарб у душах наших. Хто вкрав мій гаманець, той вкрав лише дрібницю. А хто у мене вкраде добре ім'я, той вкраде те, чим сам не збагатиться, у мене ж забирає все». І Яго каже про те добре ім'я, про того хто йде вже з цього світу, але якісь речі певні робив тут і про нього якась слава йде. То дуже важливо, щоб ви думали, що не єдиним. днем ми сьогодні живемо, а завтра попри нас що завгодно, будь нам байдуже. Ні, потрібно думати про те, як же буде твоє ім'я потім судитися тими людьми, які будуть тобі даватися в тому, що ти прожив і що ти зробив. І тому то дуже важливо щоб ми всі усвідомлювали те, що роблячи якісь речі, треба робити обов'язково із тверезим розумом, щоб правдиво було потім трактування того, що наша держава трималася на правді і на Божому Духу, а не на брехні.

І: Правильно, дякую вам за такі цікаві аналогії та висловлювання. Говорячи про вибір, розкажіть будь ласка про ваш політичний вибір. Як ви його здійснюєте та в чому полягає ваша мотивація ходити на вибори?

P1: Ну, моя мотивація ходити на вибори, я мушу ходити на вибори, бо я є партійний чоловік і я навіть на виборчі дільниці ходжу, як спостерігач і як виборець. Бо було би дивноб якби я належав до Всеукраїнської об'єднання «Свобода» і щоб я то не прийшов на вибори. А як може громадянин України, навіть якщо він є безпартійний, не вибирати собі орієнтир майбутнього існування своєї держави. От минулі вибори, коли там перемогли всі ті хто голосували за Зеленського, я за нього не голосував. Але дуже важливо, що ті хто голосував вони піддалися на ті амбіційні плани, і ті оказамилування, і риторику популяристичну, яка лилася з уст Зеленського, який обіцяв одне, обіцянка цяцянка, але народ дивно знову на те саме попадається. І мабуть ті розчарування, які були у великої кількості людей, які прийшли і не прийшли на ті дільниці, ті які проголосували із тої кількості, які прийшли на дільницю. Це не можна говорити що то є половина виборців України, ми ж розуміємо, що то зовсім інші цифри. Але з тих хто прийшов на вибори, там якийсь певний відсоток, 70 чи більше навіть, я просто можу зараз помилитися, але підтримали його, популіста. А тепер, коли ми проживши рік, розуміємо що це була велика помилка, бо той президент, який був минулий, Петро Порошенко, він абсолютно став іншим президентом, як той коли починав свою каденцію у 2014 році. Він став проукраїнським президентом із прекрасним почуттям міжнародних стосунків, як Україна себе має вести. Добре зарекомендував себе з іншими лідерами інших країн у цілому світі, Україна абсолютно стала на інший щабель, піднялась у рівні спілкування на Міністерстві Закордонних справ України. І це дуже важливі є моменти, не потрібно забувати про те, що в нас війна йде, тим паче є ті люди, які ополчилися разом і Україні допомагали стримати цього загарбника, який на Сході в нас є - Росію. Але дуже важливо що і Порошенко, коли приніс найважливіше об'єднання церкви - Томос, то це були ті поступки, які я вважаю згуртовували, і 2 останні роки його перебування в каденції Порошенка, це були кроки такого мужа, який стоїть на пріоритетах України. Але ті речі, які робилися

до того, вони мають певний шлейф. От я своїх студентів вчу в університеті, що кожен персонаж який з'являється на сцені, він просто ні з чого не з'являється, він обов'язково тягне шлейф свого життя і вчимо ми розбирати студента, що те що на сцені говориться, це є результат того життя, шлейф якого він приносить на сцену, історію своєї поведінки, що він в житті мав. І це ось той шлейф, який і погубив Порошенка в тому, що він велику кількість мінусових речей пов'язані із бізнесом, і з друзями своїми, і все, він не зміг вчасно від нього відмовитись. Якби це було трошки раніше, то він би був великим розумником, і який би втримав країну, і пішов би на другу каденцію свою. Але цього не сталося, бо він запізно це почав робити і ставати на проукраїнський шлях. Запізно.

I: Чи можете ви назвати три основні цінності, які ви використовуєте в момент виборчого процесу?

P1: О па. Ти мене вже замучила зі своїми цінностями(сміється). А що значить цінності, а які? Золото брати з собою? Бабло брати з собою під час виборів? І що? Які цінності?

I: Аха, ну можливо ви голосуєте виходячи з певних цінностей, наприклад стабільності у майбутньому, безпеки у нашій державі?

P1: Я скажу іншими словами. Переїжджаючи кордон моєї держави Україна, попадаючи в якусь іншу країну, я підсвідомо став іншою людиною. Я прислухаюся до норми поведінки, яка існує між людьми в цій державі, я починаю формувати, розуміти і дізнаватись про традиції які є в цій державі, щоб не порушити устрій той, який існує, і принаймні не виділятися своєю нікчемністю, незнанням. І ось демократичні речі, про які ми з вами говоримо, що наша країні є демократичною країною, насправді вона є не демократичною. Тому що демократія для мене в першу чергу, це строга відповідальність до тих законів існування які є в державі. І не має бути нікому ніяких поблажок. Чи ти в Кабінеті Міністрів працюєш, чи ти звичайний робітник, всі рівні перед законом. В нас же зовсім інакше, якщо демократія, так ми думаємо що це вже вседозволеність що

можна робити будь які речі, а тим паче що коли ти маєш якусь там волохату руку, що ти можеш захиститися, то ти взагалі вже недоторканий чоловік і можеш робити все що завгодно. Ось ця викривленість в розумінні демократичних основ, вона ще є іншою бідною, яка постійно з нами існує ще з 90-х років, коли ми здобули незалежність. але дуже важливо, що та відкритість, що ми в світ поїхали і побачили як живе світ, багато чому це сприяло. Народжуються не тільки ті люди, які сприяють та відбудовують своє особисте життя, свій побут, свої будинки, а вони починають будувати стосунки які є з тими демократичним речами, що є в інших країнах. Бо, наприклад, ми тепер зрозуміли що то є своя власність, як має захищатись та не конкурувати з державною власністю, а рівно діяти з нею. Тобто багато тих речей, які ми починаємо розуміти, минаючи десятиліття. Ми маємо швидко розвиватися, не так як інші держави, бо немає ось того прошарку людей про яких ви казали. Немає інтелігенції, бо її поки що не існує. Але я думаю що воно потихеньку все буде. Ви самі родом звідки?

I: З Києва.

P1: З Києва, то ви ж не знаєте нічого. Ви ж кияни нічого не знаєте.

I: Чому то?

P1: Та я вам зараз скажу. Береш трилітрову банку молока, от береш ти її. Ви ж могилянці взагалі не знаєте що таке справжнє молоко. От трилітрова банка молока і вона скисає, зверху зробиться сметанка. Крім того, якщо добре молоко, то буде літра сметанки, а там робиться кисле молоко і ти можеш, якщо не зробити сметану, забрати. А потім сир можеш з того робити домашній. Сир домашній, не тварог, бо в українців немає такого слова, сир домашній. І тому то так само ось цей народ, який є той, який можна назвати верхня частинка, нижня, прошарок якийсь. І тому то, поки ми не зуміємо цю знайти математику існування ось цього всього, ось цієї. машини, то будемо ми довгий час мучитися. На жаль, видно така наша доля.

I: Дякую, які проблеми в Україні є найважливішими для вас наразі?

P1: Ну проблеми державно будівничих людей, які би стояли на пріоритетах державності України.

I: Я вам неймовірно дякую за таку цікаву та інформативну розмову. Цікаво було вас послухати та поринути у ваші думки.

P1: Ти про молоко зрозуміла?

I: Так, буду робити! В мене прабабця часто робила сир домашній, вона сама з Волині.

P1: З якого району?

I: Вона в Ківерцях жила, недалеко від Луцьку. Ага.

P1: Та то під Луцьком, знаю я.

I: Вона дуже часто в літку саме таким займалась, тому ви мені трошки зараз нагадали ці прекрасні літні канікули у бабусі. А зараз не до того, немає кому.

P1: Ну правильно. От на прикладі ось того молока, до речі, можна говорити і про той народ, який є в цій банці молока, йому немає куди діватись. Вони всі робляться в різні інгредієнти, але дуже важливо, що коли ту банку закрити і скалатати ось так, то робиться неймовірно однакова маса з якої потім дуже гарний домашній сир (сміється).

I: Я вам дуже дякую. Вам всього найкращого!

P1: До побачення, будьте здорові (сміється).

I: І вам, до побачення.

Транскрипт 2 (Спеціаліст з кібербезпеки)

Інтерв'юер: Демкова Анастасія

Тривалість інтерв'ю: 1 год. 5 хв. 35 сек.

Інтерв'ю проведено: 17 квітня

I: Привіт, мене звати Анастасія, студентка 4-го року навчання на спеціальності соціологія в Могілянці. Дане інтерв'ю буде проведене з ціллю написання практичної частини моєї дипломної роботи на тему: «Креативний клас на противагу інтелігенції в ціннісно-електоральному аспекті», а саме для аналізу висловлювань представників інтелігенції та креативного класу з приводу ціннісних аспектів та політичної поведінки. Одразу хочу повідомити, що вся інформація отримана в ході розмови, залишиться конфіденційною та анонімною. І пам'ятай, не існує правильних та неправильних відповідей, прошу тебе говорити відкрито та все, що спадає на думку. Якщо ти не проти, я буду записувати розмову на диктофон, для подальшого аналізу. Отже, я думаю що можемо почати, розкажи будь ласка про себе трошки, хто ти, звідки і чим займаєшся?

P2: Привіт, я не проти запису розмови. Я навіть не знаю, чи я правильний кандидат для цієї розмови. Чому? Тому що мої погляди можуть дуже відрізнятися від когось, можуть бути дуже радикальними.

I: Мені навпаки цікава твоя думка. Якщо я тобі подзвонила та попросила з тобою розмови, значить ти мені потрібна людина. Я за певними характеристиками та ознаками віднесла тебе до креативного класу, а саме до креативного професіоналу, тому мені ця дискусія неймовірно важлива. Розкажи будь ласка мені про себе, хто, звідки та чим займаєшся?

P2: Так, я зараз працюю над проектом одним, що займається розвитком однієї компанії. В мене є партнери, але по суті я відповідальний за всю цю діяльність, яку ми зараз ведемо. Все летить і біжить, я не відчуваю карантину. І якщо хтось

скаже, що нудно вдома, то я просто не встигаю. В мене одразу до тебе питання, як гадаєш, скільки по часу ми будемо говорити?

I: Дивись, в загальному розмова може тривати в середньому від 40 хвилин до години.

P2: Добре, ще одне питання важлива моя демографічна складова?

I: Так, вона буде важливою, але якщо для тебе ця інформація конфіденційна, то можемо пропустити цей момент. Просто розкажи мені про себе, хто ти та чим займаєшся?

P2: Окей, я народився у Луганській області і коли мені було 6 років, я переїхав в Херсон та жив там майже все своє життя. Потім повернувся знову на Луганщину і коли почалася війна, я переїхав до Львова. Закінчив там навчання і приїхав до Києва. Тобто трошки я поїздив так по всіх містах України. Був не тільки в тих містах, я там жив, але був майже всюди. І до того я займався громадською діяльністю, був першим президентом «Національного студентського союзу». Займалися ми лобіюванням прав студентів, організовували різні конференції, де робили резолюції та висловлювали думку студентства щодо того чи іншого питання. От. Потім я перейшов плавно у сферу міжнародної діяльності, дипломатії. Почав працювати з ОБСЄ і потім став молодіжним кандидатом конгресу «Молодіжна Рада Європи», конгрес локальних та регіональних Рад Європи. Ось, але потім через деякий період я змінив свою діяльність і пішов з громадської діяльності, на технологічну сферу і почав займатися кібербезпекою. Зараз кібербезпека, це моя основна діяльність, от. І, так.

I: У тебе не поганий бекграунд громадської активності та діяльності. І, переходячи безпосередньо до тематики інтерв'ю, чи міг би ти окреслити поняття креативного класу або креативних професіоналів? Та, як ти його собі розумієш?

P2: Ну для мене питання креативності, виходить з такого, що не боїться робити того, що вже існує або того чого не існує. Короче, креативний клас - це люди, мабуть які виходять за рамки тієї норми. Тут максимум, що я можу сказати.

Якось, якщо дати визначення. Якщо окреслити, то перше що мені приходить в голову, це якісь митці, музиканти, але не багато музикантів проявляють себе як креативні. Є ті, які роблять речі, що будуть мати попит на ринку, а є ті, які виражають себе таким чином. От таких людей я останнім часом бачу багато. Більше не з музикантів, а з митців.

I: Добре, ти говорив про певні ознаки креативного класу. Але дивлячись на українське суспільство, чи можемо ми його поділити на певні класи за рядом якихось ознак?

P2: Да, якщо говорити про креативність, наприклад. Знаєш, це питання, наскільки широко людина може мислити. От. Я коли спілкуюся не тільки з митцями. Ну просто так виходить, що наприклад, я колись почав тусуватись з такою техно тусовкою, то от якщо ти подивишся про що вони говорять, які в них вподобання. Це зовсім інший тип мислення. Я не говорю про всіх але багато таких я зустрічав. І вони більш схильні виходити за якісь рамки норми. Якщо поділити українське суспільство на класи за креативністю. Знаєш, я ніколи не думаю з цієї точки зору, з такою перспективи. Для мене креативність дотична до широти мислення. Тому що, якщо людина могла б мислити креативно, то їй потрібно побачити більш ширшу картину. Що вона знаходиться типу в своїй оболонці, а тут вона може вийти за неї. Якось так.

I: Скажи будь ласка, чи грають певну роль гроші в розділі структури суспільства?

P2: Та, грають. Це питання, що людина може собі дозволити в тому чи іншому аспекті. Наприклад, які курси може дозволити, яке навчання. Більш того, яке середовище вона може собі дозволити. Середовище дуже впливає на людину, на формування її свідомості. І якщо в якогось класу є гроші, то вони один навколо одного об'єднуються. Мислять вони вже по-іншому, вони один на одного впливають. От діти заможних батьків, вони більш схильні до того, що їм дадуть більш краще навчання і познайомляться з дітьми в яких так само гарне навчання, вони будуть просто об'єднуватись. Вони будуть формувати один одного і

мислити можливостями. В них є певні ресурси, якими вони можуть обмінюватись. Тому, звичайно гроші впливають.

I: Дякую, а до якого б класу ти себе відніс і чому?

P2: Хух, я би відніс себе до креативного класу, якщо говорити в рамках нашої розмови. Я не знаю, чи ти говориш про клас фінансовий?

I: Скоріш за все не про фінансову сторону, а про більш ширші рамки твоєї діяльності. Але може бути.

P2: Ну просто питання, це теж, гроші вони впливають на людей. Ну, не тільки на людей, але й на її оточення. Дуже багато гроші чого вирішують. Чому би я відніс себе до класу креативних? Це вже друга компанія яку я намагаюсь створити. Я просто ризикую. Якщо не говорити про те, які компанії відкривав та що робив, про те, що десь нове відкривав для себе, а говорити виключно про моє мислення. Для мене не існує яких моральних рамок. Я не гадаю, що вбивство це погано. Я більше схиляюсь до якоїсь життєздатності якоїсь ідеї. Наскільки вона є прагматична в цьому житті. Чи буде вона жити, чи варто мені це робити, які будуть наслідки? А не робити погані вчинки, тому що це гріх або просто погано, бо так типу кажуть. А більше виходжу з точки зору, наскільки це буде, як це буде впливати на мене. І всі ідеї не виходять з того, що так робили мої батьки або ще хтось, в моєму суспільстві так прийнято. А знову ж таки з життєздатності певної концепції, наскільки вона допомагає мені жити комфортніше.

I: Я зрозуміла. Хотіла б потрошки переходити до твоїх цінностей. І першим таким питанням буде, чи можеш ти сказати, що люди з якими ти працюєш та коло знайомих, поділять твої цінності?

P2: Я дуже впливаю на них. Я це роблю не тому що хочу, не спеціально. А тому, що речі в які я вірю, вони просто працюють, вони поділяють мої цінності. Люди які не поділяють мої цінності просто не зможуть зі мною працювати і спілкуватись, просто не зможуть прийняти моїх думок та дій.

I: Які цінності для тебе є найважливішими або основними?

P2: Це тяжке питання, я не можу на нього відповісти. Короче, мені здається я адаптивний до ситуації, а не до цінностей які є. Тобто, бачиш цінність - це свого роду принцип, якого дотримуються. Але, чи завжди є раціональним дотримуватись якогось принципу чи цінності, коли цінності створюються базуючись до викликів певного середовища. Але, якщо ти в одному в одному середовищі ці цінності працюють, то в іншому середовищі вони не будуть працювати. І, мені здається я більше намагаюсь адаптуватись до того середовища, де я знаходжусь, використовуючи ті цінності, принципи, які воно використовує. Хоча, не завжди я це хочу та можу зробити. Інколи, я не бачу резону для чого це робити.

I: Хотіла б в тебе спитати, чи вважаєш ти себе релігійною людиною, чи віруєш ти або навпаки?

P2: Не вважаю себе релігійною людиною. Колись був, а потім релігія просто не змогла дати відповідь на ті питання, які я мав. Тому ось так. Я більше все таки почав мислити з точки зору, не те що науки, а використовувати раціональність. Короче те, що більше дасть відповіді на мої питання, тому я більше буду надавати перевагу. Можу тобі сказати навіть до прикладу не тільки релігії, а якихось систем цінностей, такі як демократія, лібералізм чи гуманізм. Можливо це звичайно вплив тих книжок, які я читаю, але не тільки, а ще й вплив сфери діяльності в якій я. Картина така цікава. От на що мені відповіді не може дати демократія на сьогоднішній день, чи то лібералізм. В тому що вони сповідують внутрішню свободу людини, я в неї не вірю вже. Ось. Я не вірю, що в людини є свобода. Я до цього приходив достатньо так плавно, та. Не різкими кроками. Я припускаю, що можу бути не правий, але те, що я бачу на сьогоднішній день, мені говорить про інше. Наприклад, я колись виступав на TEDx, говорив про досвід. Що досвід - це те, що нас формує. І я це поняття взяв для себе зі своєї діяльності в ОБСЄ. Коли займались питанням діалогу, вирішенням внутрішніх міжнародних конфліктів і коли почалася ситуація на Донбасі. Я собі задав просте

питання, чому деякі люди на Донбасі повірили у те, що відбувалося, з одного боку, а інші не повірили. Чому я не повірив, чому одноклассники повірили? Я почав давати собі відповідь на питання тим, що деякі люди чули про таке з дитинства, про те, що бандери прийшли їх вбивати. Коли я почав розуміти, що вони базують своє рішення на тому, що вони переживали раніше, тому що вони чули раніше. А досвід це не тільки про досвід роботи. Я гадаю, що досвід це про сукупність всіх наших звуків, пережитих емоцій, смаків. Базуючись на цьому, ми приймаємо робити щось чи не робити. Але цей досвід він не є контрольованим. Я не можу зараз зробити рішення, яке не буде входити в рамки мого досвіду. Я наприклад, не контролював певних знайомств, де я буду жити, чи я народжусь та зміню 5 міст проживання. Але вони на мене впливати та вони формували мене. І після цього я задав собі питання, візьмемо наприклад злодія, який вбив когось. Чи можу я сказати, що проживши його життя, я б не зроби те саме, що і він? Чи можу я засуджувати людину з іншим досвідом, який не контролював? І я зрозумів, що моє відношення до цієї людини не має базуватись на тому, що вона зробила. Це має бути система, яка буде виховувати таких людей, як я. І мені просто пощастило бути тим, ким я є зараз. Та, в мене є якісь гарні гени, які мені дали батьки. Але в більшості речей мені пощастило, якби вони не трапились, я був би зараз зі своїми генами у в'язниці. Тому що в мене була група людей, коли я був малим і вони поганою компанією. Всі вони вже померли від різних речей, хтось повісився або потрапили до в'язниці. Але я з ними був корішами і роки 2, коли був малий, з ними тусувався. І просто тому, що мої батьки переїхали в іншу частину міста, я просто перестав з ними спілкуватись. Я не контролював це, тим паче коли був малим. Тому повертаючись до питання, я зрозумів, що досвід, якщо ми говоримо про внутрішню свободу, наприклад демократію, не можуть мені пояснити те, що я знаю про досвід, про себе та й про людину, в принципі.

I: Чи можеш ти сказати, що ти живеш в безпеці і твої права захищені?

P2: Ні, не можу говорити про безпеку. Дивлячись де, наприклад в Україні, верховенство права не настільки розвинуто. І навіть, якщо я буду чесним громадянином, порядним громадянином, я не можу бути певний, що в Україні мої права будуть захищені. Я говорю тільки конкретно нашу країну. Можливо в іншій країні, де верховенство права на іншому, більш високому рівні, можливо я би не казав так, як зараз. Хоча я не зустрічався ще з такими питаннями, які потребували вирішення через суд або ще щось схоже. Але розуміння того, що я не захищений з точки зору закону в мене є.

I: Говорячи про аспект довіри, чи довіряєш ти іншим людям?

P2: Та, довіряю. Просто питання наскільки глибоко, кому та за яких обставин. Короче, тут питання тільки глибини довіри. За якою мірою? Одній людині я можу дати ключі від свого будинку, а іншій я можу розповісти історію яку я розповідаю всім, і для мене вона нічого не значить.

I: Чи відчуваєш ти себе самореалізованою особистістю?

P2: Я відчуваю, що я людина, яка самореалізується. Мені здається, що самореалізованим неможливо бути за життя. Тому, що ти постійно відкриваєш для себе щось нове.

I: Зрозуміла. Говорячи про поняття любові та дружби, чи є вони для тебе важливими?

P2: Дружба, так, дуже. Тому, що інколи ми соціальні тварини і нам інколи потрібна мати іншу перспективу на те, що відбувається в нашому житті. Я хочу інколи мати таке. І є люди, яким ти довіриш це. У тебе є постійно емоційні люди і коли ти переживаєш переломний момент, ти знаходишся в стресовому стані перебуваючи наодинці. Будучи в такому стані ти не бачиш всієї картини, це так працює наш мозок. Ну, а коли в тебе є друзі, то вони можуть допомогти тобі, показати ці речі. Але такі моменти ти можеш переживати тільки з тими людьми, яким довіряєш своє життя. Любов, ну не знаю, не знаю що ти вкладаєш в це значення. Але я просто не можу сказати визначення. Для мене це широке

поняття. Любити, знаєш як українське, кохання і любов, так само і в італійській підкреслюється. Любов до кого? До друзів чи любов до дівчини, батьків?

I: Я розумію, що ця любов може різнитися, навіть любов до дівчини та до батьків, але чи не міг би ти її окреслити в загальних рисах?

P2: Я не думаю, що любов це про жертви, або ще щось. Я гадаю любов - це те, що ти можеш дати. Я подумаю, зараз. Короче, любов - це дійсно те, що ти можеш дати іншій людині. Мені сподобалось колись, як Ойшо казав про любов. Не хочу сказати, що підтримую його ідеї, не читав його повністю, але пару розділів все таки мене зачепили. Але мені сподобалась сама концепція того, як він говорить про любов. Він сказав, що любов - це... Короче, ми хочемо жити в суспільстві, де біля нас будуть щасливі люди, та. Тому, що якщо ми живемо в щасливому суспільстві, то біля нас живуть щасливі люди. І, якщо ми знаходимося в суспільстві, де люди постійно в розпачі, то ми будемо так само в розпачі. От. Він каже про те, що тільки справжні егоїсти вміють кохати інших людей, тому що вони даючи любов іншим, вони роблять собі добре. Тобто таким чином вони піклуються про себе. Це так звана не пряма інвестиція в себе.

I: Ти мене вмотивував почитати знову Ойшо. Я колись читала, але в більш ранньому віці, прекрасно розумієш, що сприйняття змінюється з часом. Цікаво які нові сторони відкрию зараз для себе, проаналізувати заново.

P2: Я ж кажу, читав тільки от пару розділів, але певні концепції для себе виніс. Мені сподобалось, що любов - це не діяльність заради когось, а це безпосередньо мені з того буде краще. Мені подобається ця думка, що я виходжу для власного щастя, а не для когось. Я роблю щось просто не знаючи для кого. Так, що я хотів сказати ще про любов?

I: Давай можливо на любові і закінчимо.

P2: Так, так (сміється). Аааа, я хотів сказати про паралель. Знаєш, це ніби то як. Як, золота рука Адама Сміта, якщо читала колись.

I: Так, ось нещодавно на курсах згадували про це.

P2: Так ось, роблячи свій бізнес, ти робиш суспільство, ти впливаєш на людей. Хоча ти і переслідуєш свої власні цінності, свої власні бажання. От мені здається, що класно коли любов може бути саме за такою моделлю. Коли ти робиш собі добре і робиш добре іншим людям.

I: Ти мені зараз нагадав про нещодавню розмову з підприємцем на курс в університеті. Він дуже часто згадував там Адама Сміта, було питання про те, що краще любов до власної справи чи гроші? Так от він поєднав ці справи, сказавши що, типу, як ти можеш любити власну справу яка не приносить тобі грошей. І навпаки, як ти можеш заробляти гроші, робивши те, що ти не любиш. Окей, в мене до тебе наступне питання, чи можеш ти сказати що ти є політично активною людиною та чому?

P2: Зараз ні. Я навпаки став пасивно політичним. Політично пасивною людиною. У мене, я гадаю, ну... Два роки тому відбувся такий переломний момент. Мені подобалось робити проекти, які були спрямовані на розвиток суспільства, типу соціальних проектів і робити для всіх все. Це класно, бо я реалізовував себе, типу отримувал якість плюшки,, знайомих було багато. Але є один мінус, що я дотримувался такого методу, я просто не думав про себе. І в мене відбулася ситуація, що я не від індивідуального пішов до загального, типу до соціального, а навпаки. Минулого року я почав займатися виключно собою, я думав тільки про себе, розвивався у своїй сфері, читав, навчався. А зараз, створюючи чудову компанію, знову починають зароджуватись думки про інших. Але це знову ж таки виходить з того, що я хочу зробити, а не для інших. От. Тому я зараз менш політично активний.

I: Дякую, якщо говорити про державу, яку роль вона для тебе відіграє та яким одним словом ти її можеш охарактеризувати?

P2: Ну, я би хотів щоб вона грала типу таку роль, як фреймворк. Який дозволяє мені реалізовувати себе свій потенціал і щоб вона не перешкоджала мені це робити. От. Звичайно було б класно, якби вона ще була з верховенством права,

щоб я знав завжди, якщо щось трапиться, то я можу якось відповісти комусь там, та. Зараз вона відіграє роль більше з точки зору бізнесу, таку роль.

I: За якими політичними подіями слідуєш та що виступає джерелами інформації про політику, реформи та життя держави?

P2: Емм, за політичними подіями... Якщо відбуваються якісь кардинальні зміни в державі, в уряді, я це спостерігаю. Я розглядаю це більше з тої точки зору, як ці політичні події та ситуації можуть впливати на економічний ріст чи падіння в країні. Більше про те, як це буде зміцнювати гривню, відносини з МВФ, більше ось так розглядаю. Думаю звичайно багато про те, що відбувається взагалі. Іноді в мене з'являється думка про... Особливо з приходом нової політичної сили, як «Слуга народу». Після цього до політики було таке відчуження. Просто люди, які туди потрапили, вони просто не компетентні щоб туди йти. Знаєш, хочеться бачити людей, які будуть знати, що робити. Я так думаю, не тому що я хотів би туди потрапити, не заздрість. Я просто думав про це, чому я так думаю і відчуваю? Я розумію, що я би туди не пішов, бо розумію, що не міг би бути в партії, де мої політичні цінності не співпадають з цінностями партії. І, класно зауважити. Прикол в тому, що цінності особисті йдуть завжди з тобою, можуть підлягати змінам. А цінності організації мають бути завжди, мають змінюватись типу, з якимось періодом, не різко. Це має бути такий інший перехід до іншого типу мислення. Якщо говорити про питання політичної активності, я не виключаю що можу бути таким у майбутньому. Просто мені хочеться набратись експертизи в інших сферах і я вірю в те, що майбутнє за технократією, або за технологією, бо люди просто не зможуть так довго робити деякі речі.

I: Зрозуміла, а з приводу такої рамки довіри, як довіра до держави в аспекті політичному? Що можеш сказати?

P2: Ну, не дуже. Я просто бачу деякі дії зі сторони держави. От я думав про Зеленського, чувак, який йде в президенти. Чувак, який не був до того в політиці і я розумів, якщо він йде не навчений в політику, то наскільки він там йде, на

одну каденцію? Я гадав, що йому буде важливо, що про нього будуть думати інші люди. Він був феноменом, це був його заробіток. І якщо його не виберуть зараз, то ніби то це його єдина можливість. Він не може так швидко адаптуватися і змінювати себе, як це роблять досвідчені політики, переходячи з однієї партії в іншу і легко змінюють свої погляди. От. Мені здавалося, що в нього це просто не вийде. До чого я це сказав? Чому в мене довіра до держави не така і велика, як можливо хотілось би. Тому що бачу, що дії Зеленського та уряду вони дуже пересікаються з інтересами олігархів, і видно як олігархи впливають на створення політики в державі. А, до речі ще питання звідки я беру потрібну інформацію. То, джерела яким я довіряю в Україні, це мабуть «Українська правда», це те що дивлюсь та можу дивись, «Новое время» і все. Типу таких як «ТСН» і всього такого, я розумію звідки вони йдуть, розумію які інтереси. Я навіть інколи спостерігаю особливо під час виборів як «ТСН» висвітлює Зеленського, як «5 канал» його висвітлює. І я коли дивлюсь на це, цікаво чи люди помітили та будуть помічати різницю колосальну в погляді на одну й ту саму ситуацію. От, я сподівався що помітять, але...

I: Розкажи будь ласка про свою мотивацію або демотивацію ходити на вибори?

P2: Ну по-перше, мені здається, що я згадую про вибори коли вони поряд і тоді з'являється мотивація, чи демотивація. Але... Я пішов на вибори, тому що я знаходжусь в такому середовищі, якщо не піду, то мені скажуть ти лох (сміється). Хоча, я насправді розумію, що керують масами, розумієш. Мені здається, що йде меншість, у мене просто кишить фейсбук перед виборами, якихось громадських діячів. Але управляють більшістю, тобто масою. Коли виграв Порошенко, то він доклав величезних зусиль щоб за нього голосували не тільки громадські активісти, точно доклав зусиль. Тому, говорити про те, що мій голос щось вирішує, я не буду так говорити. Питання наступне, чи можу я якимось чином вплинути? Я не буду говорити, як говорить більшість про те, що мій голос не впливає. Але я знаю точно, що коли ти говориш з людиною, а в неї є своя позиція,

то ти її не зміниш. Була в мене така розмова з моїм другом про Зеленського. Я спитався чому голосував? На що мені прилетіла відповідь, ну нове обличчя, змінить все і все стане на краще. Ну от як можна говорити з такою людиною? Можливо така різниця у поглядах від того, з яких джерел ви черпаєте інформацію. Але ти не вплинеш на людину, просто поговоривши в нею. Якщо людина мислить достатньо широко, то вона тебе почує, але люди в Україні це не тільки про напрям мислення, але й про його широту. Вони не можуть взяти більше ніж один варіант правильної відповіді, і вони говорять з такого моменту. Якщо це відповідає їхньому досвіду, то це правильно. Ще використовують одну таку цікаву штуку, через твій досвід на тебе спливають. От наприклад, я прошу тебе вказати цифру типу 5 чи 15. Я знаю, що в тебе день народження 15 числа, я побачив в фейсбуці. І от яка ймовірність що ти вибереш число 15, а не 5? Це говорить про те, що ті речі, до яких ми звикли, ми їх вибираємо і даємо їм право більше ніж іншим. І тому, коли нас починають переконувати в чомусь, а ми не можемо подивитись на це більш широко на це, тому це беззмістовно взагалі. Багато таких персонажів в моєму житті, вони можуть голосувати за Порошенка, але це такий плоский тип мислення. Типу людина мені починає переказувати новини, а не свою точку зору.

I: Хах, дякую. Як ти здійснює свій політичний вибір, на основі чого?

P2: Мабуть я довіряю своїм громадським діячам, які читаю. Ті, які намагаються знайти того кандидата, який буде відповідати їхньому баченню держави. Сам я не займаюся цим, не шукаю інформацію про того, чи іншого кандидата. От. Але якщо я бачу лідерів, які виходять у фінал я принаймні почитаю хто вони такі.

I: Можливо на основі певних цінностей здійснює свій політичний вибір? Наприклад, тобі важлива безпека та стабільність у державі?

P2: Ну звичайно, звичайно. У мене ж є свої вимоги, а скоріш бажання від держави. І, я просто максимально шукаю того кандидата, який буде мене наближати державу до цих цінностей, що вона зробить для мого комфорту. Хоча,

це зазвичай штука плаваюча, ми можемо говорити про одне, а робити зовсім інше. І особливо під час виборчої кампанії, ми можемо говорити одне, а робити зовсім інше. І тому, я говорю, що довіряю все таки більше своїм громадським діячам у фейсбуці, яким важлива дуже там. Вони принципові у своїх поглядах, скажемо так.

I: Ти говорив про певні вимоги або бажання до держави, які вони в тебе? Розкажи трішки будь ласка.

P2: Ну мені хочеться розвивати свій бізнес зараз і хочеться щоб було максимально ресурсів, з точки зору законодавства, та. Коли моя компанія буде успішна, не буде таких незрозумілих «маски шоу». У нас же як, коли в тебе успішний бізнес, то вони йдуть до тебе. І, ну для мене важливо, щоби я міг спокійно розвивати свою бізнес діяльність. Ну звісно, з приводу інших побажань, це верховенство права, ми цілий день вже про це говоримо, ціле наше інтерв'ю. Це технократія, дуже хочеться щоб люди правлять державою були спеціалістами своєї справи, от. Побажання щоб в довгостроковій перспективі розвиваючи нашу економічну ситуацію, людям робити краще. Люди в мене будуть купувати, я буду робити їм краще і в ту чергу собі.

I: Я зрозуміла. Які проблеми в Україні є найважливішими, на твою думку та який зовнішньополітичний напрям вбачаєш?

P2: Які проблеми? Мені здається на спад йдуть цінності. Про політичну складову, то партії без цінностей. Єдині партії наразі з цінностями, на мою думку, це партія «Голос» та типу «Сила людей». Відчуваю, що вони правильні, вибирають такі підходи до ведення компаній, що нагадують американські вибори. Вони типу всередині вибирають людину, яка буде представляти партію, мені це подобається. Ну в них ще буде формуватися ці цінності, можливо декуди ще маленькі, але в більшості зараз партії без цінностей. Знову ж таки, відсутність технократів, тому що людське відношення в цьому плані таке собі. Третя проблема це війна, багато грошей та людських ресурсів витрачається.

Суспільство знаєш як, має війна на нього вплив. Тому що створюється напруга. Можливо люди забули про війну на Сході, але політики часто нагадують, маніпулюють цим. І війна стала мотивом, якимось виправданням для багатьох речей. Ти навіть не бачиш тої маніпуляції. Насправді в Україні є багато проблем, є і багато є і крутих речей. Скільки тобі проблем називати? (сміється)

I: Ахах, та скільки можеш?

P2: Зараз можемо говорити про соціальну. Не тільки про війну. Друга проблема, це відсутність якісної освіти. На політику це дуже впливає, типу який людей ми створюємо, виховуємо, таких і очікуємо в політиці. Просто розумієш про проблеми можна довго говорити, на різних рівнях, глобальних або менш глобальних, тому. От відсутність якісної освіти це найглобальніша проблема, як на мене. Роблячи внесок в якісну освіту, ми би дуже змінились через 10 років. Якби ті гроші, які витрачаємо на оборону, вклали в освіту, то Україна б за 10 років дуже змінилась. Я звісно не дивився бюджети Парламенту, але типу знаю що мало витрачаємо, оскільки сам працював в сфері освіти, і знаю як це відбувається. Друга проблема, яка виходить з освіти, це корупція. Все зводиться до тих речей, про які говорили раніше.

I: Дякую тобі дуже, і щоб тебе довго не тримати, у мене до тебе останнє питання. Коли я говорю про ціннісно-електоральний аспект інтелігенції та креативного класу, чи може політичний вибір різнитися у цих представників? І чому, на твою думку.

P2: Вони голосують по-різному, але це дуже категорично сказано. Я не можу сказати, що типу цей клас буде голосувати так, а ось цей так. Тут більше зводиться питання до спроможності класу мислити окремим чином, де вони можуть приймати більш ніж одну константу. От такі люди є в різних класах. Навіть серед бідних є люди, які мислять по-іншому, бо їх виховало так середовище, в них такий тип мислення. Але про те, що люди з багатшого класу, люди можуть порівнювати та не йти за емоціями, а можуть мати сумнів у

емоціях, бажаннях та уявленнях про світ, от таких людей багато, вони є в різних класах. Але повторююсь, маніпулювати можна масами, незважаючи на клас, бідний чи середній, чи багатий.

I: Я зрозуміла. Хочу тобі неймовірно подякувати за нашу розмову. І перше, що ти мені говорив про те, що ти мені не потрібен. Так от, мені було дуже цікаво та гарна інформація для подальшого аналізу.

P2: Да? Бачиш, в мене такі нетипові погляди. Я не відходжу від моралі, не знаю що є правильним, але поки ці концепції про які я говорю, вони для мене працюють. Я дуже сумнівався в тому, що чимось можу бути корисний. Але повторююсь, креативний клас може поєднувати в собі багато концептів в своїй голові. Тобі теж дуже дякую і надіюсь коли розповідав, то все було логічно побудовано (сміється). Тобі гарного дня і всього найкращого, гарно написати диплом та захиститись добре.

I: Дякую і тобі гарного дня! Мотивуючі слова! Па па.

P2: Па па.

Список використаних джерел

Ашурбеков, А. (2015). Особливості політичних преференцій промислового регіону на прикладі Придніпровського регіону України. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, (67-68), 47-57.

Верховна Рада України. (1996). Конституція, стаття 38. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>

Горбова, І. О. (2014). Ідентифікація сучасної української інтелігенції. *Міжнародна заочна наукова конференція "Особистість і суспільство в ХХІ столітті: концепції та тенденції розвитку"*, 56-59.

Горбова, І. О. (2014). Поняття "інтелігенція" у предметному полі соціальної філософії. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, (58), 212-223.

Гусейнов, А. А., Апресян, Р. Г. (1998). *Этика: Учебник*. Гардарика, 228-240.

Девятко, И. Ф. (2002). *Методы социологического исследования*. Университет, 16.

Дем'янчук, О. П. (2012). Піраміда Маслоу як методологія пояснення політичної участі. *НАУКОВІ ЗАПИСКИ НаУКМА, Том 134. Політичні науки*, 12-16.

Добреньков, В. И., Кравченко, А. И. (2004). *Методы социологического исследования*. ИнФРа-м, 487-488.

Дуравкіна, Н. О. (2009). Феномен виборчої культури в ціннісно-політичному дискурсі державного управління. *Актуальні проблеми державного управління*, (1), 81-87.

Евсютин, Е. (2002). Интеллигенция : историсофский опыт самоинституализации. *Вестник Московского университета. Сер. 18, Социология и политология*, (4), 103-107.

Эрмэ, Г. (1994). *Культура и демократия*. Издательская группа "Экспорт".

Инглхарт, Р. (1997). Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества. *Полис*, 4, 18-28.

Жадько, В. (2010). Драматизм духу української інтелігенції. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, (40), 216-223.

Кваша, Т., Мельничук Н. (2011). Підходи до оцінки рівня креативності регіонів як важливого чинника їхньої конкурентноспроможності. *Вісник Тернопільського національного економічного університету* (1), 57-67.

Левченко, О. (2008). Щодо визначення категорій політична активність, політична діяльність, участь та поведінка: критерії розбіжності. *Сучасна українська політика*.—2008.—Вип, 13, 70-76.

Лой, А. (2014). Інтелігенція/Інтелектуали : Українська ситуація. *Філософська думка*, (2), 7-16.

Лютко, Н. В. (2010). Політична реклама та ціннісні орієнтації суспільства в контексті електорального вибору громадян.

Мескон, М. Х., Альберт, М., Хедоури, Ф. (1992). Основы менеджмента, 22.

Монастирська, Г. В. (2012). Креативний клас і проблеми його становлення в Україні, 200-210.

Нуждін, С. Є. (2013). Соціологічні традиції в дослідженні електоральної поведінки. Огляд основних моделей електоральної поведінки. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*, (019).

Перевозник, Л. М. (2007). Українська інтелігенція доби незалежності: стан та морально-етичні цінності. *Наукові записки: Історичні науки*, (10), 292-298

Писаренко, Т. В., Кваша, Т., Карлюк, Г., Лях, Л. (2015). Інноваційна діяльність та її вплив на економічний розвиток в Україні: Монографія. К.: *УкрІНТЕІ*.

Полторак В. А., Петров, О. В., Толстоухов, А. В. (2009). *Соціологія політики: енциклопедичний словник*. Видавництво Європейського університету, 294-295.

Полторак В. А., Петров, О. В. (2014). *Избирательные кампании: научный подход к организации*. Знання України.

Саух, П. (2018). Актуальні проблеми лідерства та еліти в суспільстві: особливості формулювання та механізми вирішення. *Лідер. Еліта. Суспільство*, (1), 46-59.

Севастьянов, А. (1991). Двести лет из истории русской интеллигенции. *Наука и жизнь*, (3), 106-113.

Симончук, О. (2010). Класова свідомість: досвід порівняльного емпіричного вивчення. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. (4), 56-84.

Флорида, Р. (2007). Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Издательский дом «Классика-XXI», 12.

Флорида, Р. (2018). у Homo creativus: як новий клас завойовує світ, 70-72. Київ: Наш формат.

Шановська, О. А. (2009). Словникові дефініції терміну "інтелігенція": ретроспективний аналіз. *Інтелігенція і влада*, (16), 256-263.

Швидак, О. М., Сівцова, Н. А. (2001). Політична свідомість як фактор політичної діяльності. *ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка*, (8), 11-15.

Шевченко, Ю. Д. (1998). Между экспрессией и рациональностью: об изучении электорального поведения в России. Полис, *Политические исследования*, (1), 130–136.

Штомпка, П. (2001). Культурная травма в посткоммунистическом обществе (статья вторая). *Социологические исследования*, (2), 3-12.

Шумакова, Н. О. (2007). Формування ціннісних орієнтацій молоді в період системної трансформації українського суспільства. *ББК 65.9.(4Укр) я43. Молодь, освіта, наука, духовність*, 377-381.

Ярмак, О. В. (2010). Методи збору та аналізу соціальної інформації.

Burns, T. R., Machado, N., & Corte, U. (2015). The sociology of creativity: Part I: Theory: The social mechanisms of innovation and creative developments in selectivity environments. *Human Systems Management*, 34(3), 179-199.

Bytzek, E., & Bieber, I. E. (2016). Does survey mode matter for studying electoral behaviour? Evidence from the 2009 German Longitudinal Election Study. *Electoral Studies*, 43, 41-51.

Kuo, H. C., Burnard, P., McLellan, R., Cheng, Y. Y., & Wu, J. J. (2017). The development of indicators for creativity education and a questionnaire to evaluate its delivery and practice. *Thinking Skills and Creativity*, 24, 186-198.

Legard, R., Keegan, J., & Ward, K. (2003). In-depth interviews. *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*, 6(1), 138-169.

Malia, M. (1960). What is the Intelligentsia? *Daedalus* Vol. 89, No. 3, *The Russian Intelligentsia* , 441-458.

Mann, M. (1973). *Consciousness and action among the Western working class*. Macmillan International Higher Education.

Maslow Abraham. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*. – V. 50, No. 4, 370-396. Retrieved from <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>

Milena, Z. R., Dainora, G., & Alin, S. (2008). Qualitative research methods: A comparison between focus-group and in-depth interview. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 17(4), 1279-1283.

Narvselius, E. (2012). *Ukrainian intelligentsia in post-soviet l'viv: Narratives, identity, and power*, 14-17. Lexington Books.

Opdenakker, R. (2006, September). Advantages and disadvantages of four interview techniques in qualitative research. In *Forum qualitative sozialforschung/forum: Qualitative social research* (Vol. 7, No. 4).

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*, 5. New York: Free Press.

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 25(1), 1-65.

Schwartz, S. H., & Sagie, G. (2000). Value consensus and importance: A cross-national study. *Journal of cross-cultural psychology*, 31(4), 465-497.

Tuulik, K., Õunapuu, T., Kuimet, K., & Titov, E. (2016). Rokeach's instrumental and terminal values as descriptors of modern organisation values. *International Journal of Organizational Leadership*, 5, 151-161.

Milena, Z. R., Dainora, G., & Alin, S. (2008). Qualitative research methods: A comparison between focus-group and in-depth interview. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 17(4), 1279-1283.

Narvselius, E. (2012). yE. Narvselius, Ukrainian Intelligentsia in post-soviet L'viv, 14-17. Lexington Books.

Opdenakker, R. (2006, September). Advantages and disadvantages of four interview techniques in qualitative research. In *Forum qualitative sozialforschung/forum: Qualitative social research* (Vol. 7, No. 4).