

О. V. Bogdanova

HOW RELIGIOUS IS UKRAINIAN SOCIETY? COMPARATIVE ANALYSIS OF RELIGIOSITY INDICATORS: BASED ON THE INTERNATIONAL SOCIAL SURVEY PROGRAMME DATA (ISSP, 2008)

The article estimates the level of Ukrainian society's religiosity based on the results of the survey conducted within the International Social Survey Programme (ISSP) 2008, implemented in Ukraine by the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences and Kyiv International Institute of Sociology. The evaluation was performed by such indicators as belief in continuing one's conscious existence after death, belief in God and religious identity; validity of corresponding indicators was compared.

Keywords: religion, religiosity, measuring religiosity, estimating religiosity, Ukraine.

УДК 316.752:159.923:34.021:336-051

Підлужна О. П.

СИСТЕМА ЦІННОСТЕЙ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ

Із приходом явища масового споживання, яке стало новим викликом для багатьох пересічних українців, зростає роль виховання грамотного споживача, що знає свої права, уміє аналізувати потрібну інформацію, орієнтується та приймає свідомі рішення в різних життєвих ситуаціях. Водночас, будь-яка людина як компонент цілісної системи – суспільства – у процесі своєї діяльності розкриває власні сутнісні сили, до того ж, вона вступає у взаємні ціннісні відносини з окремими людьми й із суспільством загалом. Тому дослідження тематики формування культури споживання, яка заснована на системі цінностей, заслуговує особливої уваги. Статтю присвячено визначенню поняття цінностей, та їх взаємозв'язку з нормами, досліджено ієрархію цінностей, яка формує культуру та виражає спосіб існування особистості, а також наголошено на важливості підвищення самооцінки людини, ствердження її як особистості, підготовки її до дорослого життя, надання знань, як діяти в непередбачених щоденних ситуаціях, через концепцію економічної освіти.

Ключові слова: система духовних та матеріальних цінностей, «найвища цінність», культура споживання, концепція економічної освіти.

Одне з головних завдань української держави – формування громадянського суспільства, заснованого на загальнолюдських цінностях. «Ми повинні виховувати свідомого, обізнаного, активного й ініціативного громадянина, який здатний будувати демократичне суспільство» [2, с. 16].

Виховання свідомого громадянина, освіченого споживача набуває особливої ваги в умовах недосконалої конкуренції, майже монополії, в Україні та має ґрунтуватися на розділених цінностях, усвідомленні самоцінності кожною людиною та вихованні грамотного споживача сучасною школою.

Найпершою й найвищою, абсолютною цінністю для суспільства є людина, її життя. Кожна людина повинна усвідомлювати свою унікальність, мати почуття власної гідності й розуміти цінність будь-якої іншої людини, поважати її.

У Конституції України, яка має найвищу юридичну силу в державі, у ст. 3 чітко зазначено: «Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю» [1].

Павло Загребельний (лауреат Шевченківської премії) у романі «Диво», який є безперечним здобутком української прози, писав про «диво» продовження людського роду та цінність осо-

бистості: «...Ось де межа влади: вільна людина. І, син його – серед нас. Завжди з його талантом та горінням душі. І диво це ніколи не кінчається і не переводиться» [3, с. 671].

Цінність людини має розглядатися тільки як цінність-мета, у жодному разі не як цінність-засіб, про що так переконливо писав Кант: «Людина – це самоцінність, абсолютна цінність. Вона є суб'єктом цінностей і ціннісного ставлення, і сама постановка питання про цінності поза людиною втрачає зміст» [4, с. 220].

Таку саму цінність представляють і соціальні спільноти, і суспільство загалом, які також є суб'єктами цінностей. Основа цього закладена в соціальній суті людини, діалектиці суспільства й особи. Щодо цього російський філософ П. І. Новгородцев писав: «Особа є началом безумовним, а не самодостатнє суспільство, яке їй протиставляється, адже це інші особистості, які можуть бути не засобами, а тільки цілями для цієї особи. Будучи особистістю, я, досягаючи безумовного етичного значення, я повинен і в інших особистостях визнати таку саму безумовну цінність. Я не можу бачити в суспільстві, тобто в інших особистостях, тільки засоби для моїх цілей, я повинен визнати за ними значення таких самих етичних цілей, яке вони, тобто все суспільство, повинні визнати за мною. Тут створюється не відношення засобу до цілей, а складніше відношення взаємодії цілей» [6, с. 457].

Крім цього, до вищих цінностей слід віднести такі «граничні» і найзагальніші для людей цінності, як життя, добро, справедливість, краса, істина, свобода. Саме про такі цінності сказано слова філософа ХХ ст. А. Уайтхеда: «Той Світ, який збільшує тривалість існування, є Світом Цінності. Цінність за самою своєю природою позачасова і безсмертна. Її суть не базується на жодних швидкоплинних обставинах» [9, с. 307].

Які цінності, така й особа, таке і суспільство. Невипадково проблема цінностей завжди виступає на першому місці в перехідні періоди суспільного розвитку. Саме такий час переживає сьогодні наше суспільство, з його нестабільністю, різкими соціальними зрушеннями, дезорієнтацією і дезідентифікацією особи. Усе це знаходить своє відображення в процесі переоцінювання цінностей: відбулося заперечення старих цінностей, але й не сформувалася система нових. До того ж, слід мати на увазі, що за запереченням старих цінностей ховається заперечення старих форм життя суспільства та особистості.

Основним генератором цих цінностей та орієнтирів у сучасних економічних, суспільних та політичних умовах має виступати держава, її керівництво. Проте із сумом можна констатувати, що люди, які є сьогодні при владі, не піклуються, «що українці їдять чи вдягають» і навряд

чи пересічний український громадянин відчуває ставлення до себе з боку держави як до «найвищої цінності».

Тому тепер надзвичайно важливою стає потреба знати свої права та вміти себе захистити. І не в останню чергу у сфері споживання, адже це явище не так давно стало актуальним у нашій країні. Слід враховувати неефективне державне регулювання цієї сфери та низьку культуру виробників, постачальників та продавців, основною цінністю яких є отримання прибутку.

Розпочинати формування споживчої грамотності необхідно з дитинства. Це допоможе підвищити самооцінку людини, ствердити її як особистість, дасть знання про те, як діяти у складних, непередбачених життєвих ситуаціях, допоможе соціальній адаптації молодих людей до життєвих реалій, підготує їх до дорослого життя, сформує активну громадянську позицію.

Метою цієї статті є визначення шляхів досягнення ставлення до людини як «найвищої цінності» в нашій державі через правильне формування духовних і матеріальних цінностей. (Творення духовних цінностей завдяки визначенню поняття цінностей та дослідження їх ієрархії, яка формує цілісність світогляду людини; творення матеріальних цінностей завдяки формуванню культури споживання, яка надасть знання про те, як діяти у складних, непередбачених життєвих ситуаціях, допоможе в соціальній адаптації особистості до життєвих реалій). Висловлюється припущення, що ефективно формування культури споживання відбудеться лише при умові формування духовності, поняття совісті та моралі.

Цінності пов'язані з реальною діяльністю людини. Тільки тоді, коли ми розглядаємо суспільне буття людей в аспекті суб'єкт-об'єктного відношення, ми можемо зафіксувати явище цінностей. Світ цінностей – це особливий світ, де цінності виражають соціально-особову форму буття явищ дійсності. Цінність – властивість соціуму і його складових компонентів. Вона невіддільна і від самої людини.

Цінності – соціально прийняті та розділені більшістю людей уявлення про те, що таке добро, справедливість, патріотизм, романтична любов, дружба та інше. Цінності не піддаються сумніву, вони служать еталоном та ідеалом для всіх людей.

Якщо вірність є цінністю, то відступ від неї осуджується як зрадництво. Якщо чистота є цінністю, то неохайність та бруд осуджуються як непристойна поведінка.

Без цінностей не може обійтися жодне суспільство. А індивіди? Вони можуть вибирати, розділяти ті чи інші цінності. Одні дотримуються цінностей колективізму, а інші цінностей ін-

дивідуалізму. Для одних вищою цінністю можуть бути гроші, для інших – моральність, ще для інших – політична кар'єра. Для опису того, на які цінності орієнтуються люди, соціологи придумали термін – ціннісні орієнтації. Вони описують індивідуальні ставлення або вибір конкретних цінностей за норму своєї поведінки.

Отже, цінності належать групі або суспільству, ціннісні орієнтації – індивіду. Цінності становлять собою поділені багатьма людьми переконання відносно цілей, до яких варто прагнути.

Честь і добре ім'я сім'ї – одна з найважливіших цінностей людського суспільства з давніх часів. Піклуючись про сім'ю, чоловік таким чином демонструє свою силу, хоробрість, добropорядність і все те, що високо цінується усіма навколо. За правила своєї поведінки він вибрав поважні цінності. Вони стали його культурною нормою, а психологічна установка на їх дотримання – ціннісною орієнтацією.

Навіть найпростіші норми поведінки відображають те, що цінується групою чи суспільством. Культурні норми і цінності тісно взаємопов'язані. Різниця між нормою і цінністю виражається так:

- норми – правила поведінки;
- цінності – абстрактні поняття про те, що таке добро і зло, правильне і неправильне, належне і неналежне.

Цінності мають спільну основу з нормами. Навіть загальнопоширені звички дотримуватися особистої гігієни (чистити зуби, шмаркатися в носову хусточку, прасувати штани) в широкому розумінні виступають цінностями і перекладаються суспільством на мову розпоряджень.

Розпорядження – це заборона чи дозвіл щонебудь робити, звернення до індивіда чи групи, виражені в будь-якій формі (усній чи письмовій, формальній чи неформальній).

Цінності – це те, що виправдовує норми і надає їм змісту. Життя людини – цінність, а його охорона – норма. Дитина – соціальна цінність, обов'язок батьків піклуватися про неї – соціальна норма. Одні норми очевидні на рівні здорового глузду, ми виконуємо їх не замислюючись. Інші вимагають від нас серйозного морального вибору.

Таким чином, в суспільстві одні цінності можуть вступати в конфлікт з іншими, хоча одні та інші однаково виступають як невід'ємні норми поведінки. У конфлікт вступають не тільки норми одного, але й різних типів, наприклад, релігійні та патріотичні: релігійній людині, яка дотримується норми «не вбий», пропонують йти на фронт і вбивати ворогів.

Різні культури можуть віддавати перевагу різним цінностям (героїзму на полі бою, матеріальному збагаченню, аскетизму). Кожне су-

спільство має право визначати, що є цінністю, а що ні.

Кожна людина живе в певній системі цінностей, які покликані задовольнити її потреби. Цінність виражає спосіб існування особистості, причому різні цінності мають для неї різне значення і з цим пов'язана ієрархія цінностей. Як і самі цінності, їхня ієрархічна структура має конкретно-історичний і особовий характер. Одні і ті самі предмети і явища для різних людей можуть становити неоднакову цінність, так само як і в різний час у однієї і тієї самої людини. Ситий і голодний будуть по-різному ставитися до шматка хліба, а симфонічна музика може викликати у людей не тільки відчуття глибокої насолоди, але і роздратування. Іншими словами, існує не тільки історична, але й індивідуальна динаміка цінностей і їх ієрархії.

Цінності особистості утворюють систему її ціннісних орієнтацій, під якими мають на увазі сукупність найважливіших якостей внутрішньої структури особи, що є для неї особливо значущими. Ці ціннісні орієнтації й утворюють певну основу свідомості і поведінки особистості й безпосередньо впливають на її розвиток. До того ж, відповідно до конкретної, індивідуальної ієрархії цінностей, спостерігається відносний характер ціннісних орієнтацій. Так, один вчиться, щоб більше заробляти, а інший працює, щоб мати нагоду вчитися і самоудосконалюватися. Але, так чи інакше, конкретна система ціннісних орієнтацій і їх ієрархія виступають регуляторами розвитку особистості. Вони служать критерієм норм і правил поведінки особи, мірою засвоєння яких відбувається її соціалізація.

У науковій літературі існують різні способи і принципи класифікації ієрархії цінностей. Так, вирізняють цінності-цілі, або вищі (абсолютні) цінності, і цінності-засоби (інструментальні цінності). Говорять про цінності позитивні і негативні, маючи на увазі їх соціальне значення і наслідки їх реалізації. Можна виокремлювати матеріальні і духовні цінності і т. д. Важливо підкреслити, що всі вони перебувають у тісному взаємозв'язку між собою і в єдності, і утворюють цілісність світогляду кожної людини.

Впродовж життя для кожної людини найважливішими були і будуть духовні цінності, проте за останні десятиліття чільне місце в її ієрархії посіли матеріальні цінності, які пов'язані із приходом масового споживання. Ця тенденція не оминула і громадян нашої держави.

З переходом України до ринкової економіки гостро постало питання формування сучасної економічної культури, вміння адаптуватися до змін у житті, сприймати ринкові перетворення, оперувати економічними поняттями. Особливо актуальним є формування рис підприємливості,

що не тільки важливо для фахової орієнтації, а й сприяє особистісному розвитку людини, набуттю нею економічної культури.

У доповіді Міністра освіти С. М. Ніколаєнка «Освіта в інноваційному поступі суспільства» на підсумковій колегії МОН України 17 серпня 2006 р. зокрема зазначено: «Демократичне спрямування навчання дає людині можливість підготуватися до життя в швидкоплинно змінюваних умовах соціокультурного життя і професійної діяльності. Інноваційний шлях розвитку суспільства можливо забезпечити лише у тому разі, якщо сформуємо покоління людей, які і мислять, і діють по-інноваційному. Звідси – значна увага до загального розвитку особистості, її комунікативних здібностей, як то засвоєння знань, самостійності у прийнятті рішень, критичності та культури мислення, розвитку інформаційних і соціальних навичок. Тому слід закласти в учнях та студентах глибокі основи майбутньої професійної діяльності, життєво важливі компетенції» [12].

Формування основ економічного мислення через концепцію економічної освіти, серед яких і споживчі знання, допомагає молодим людям не тільки навчатись ефективно орієнтуватись в економічному просторі, а й приймати певні рішення, що стосуються планування свого подальшого життя та кар'єри, освіти, праці, вибору професії.

Концепція економічної освіти має на меті: ознайомлення молоді із загальними закономірностями економічної і правової організації суспільства, аналізом проблем раціонального вибору на рівні окремого споживачів і держави, основами споживчої поведінки, формування певного способу мислення, виховання грамотної споживчої поведінки та правової культури.

Завдання концепції [11]:

- формувати вміння знаходити і аналізувати інформацію для споживачів;
- навчити молодь пояснювати основні економічні і юридичні поняття, які мають стосунок до споживчої поведінки;
- навчити вміння приймати свідомі рішення при виборі і придбанні товарів та послуг з урахуванням власної системи цінностей, оцінки корисності товарів, кількості і якості альтернативних варіантів вибору, екологічних характеристик товару, особистого бюджетного обмеження;
- дати загальне уявлення про наявні грошові інструменти, навчити планувати свій бюджет і бюджет сім'ї;
- сформувати уявлення про доходні і витратні статті сімейного бюджету; знати основні грошові інструменти, доступні споживачу, основні правила їх використання;
- виховувати правову культуру;

- навчити вміння узгоджувати свої дії з інтересами громади;
- сформувати грамотну поведінку в різних ринкових ситуаціях;
- ознайомити з правами і обов'язками споживачів та з наявною в Україні системою захисту прав споживачів;
- сформувати загальне уявлення про роль людини в економічній і соціальній системах, а також за можливості впливати на господарські суб'єкти і державні органи для того, щоб повернути їх «обличчям до споживачів»;
- формувати екологічну культуру і грамотність споживачів.

Отримані знання допоможуть учням та студентам стати активними і відповідальними громадянами правової держави, виробити свою систему споживчих цінностей, допоможуть зрозуміти, що наші потреби і бажання універсальні і що багато потреб не задовольняється через недостатнє їх вивчення виробниками та через нашу споживчу неграмотність. Сформована раціональна споживча поведінка допоможе молодим людям використовувати якісні товари (послуги), цивілізовано розв'язувати конфліктні ситуації, сприятиме збереженню їх здоров'я та дасть змогу відчувати себе повноцінними громадянами України.

Формування основ економічного мислення також відповідає Резолюції Комітету міністрів Ради Європи «Про освіту споживача у школах», де влучно зазначено: «Беручи до уваги, що головною метою сучасної школи є забезпечення середньою освітою населення в цілому, готуючи тим самим особу відігравати активну й вирішальну роль у суспільстві, а також навчаючи її розв'язувати актуальні проблеми повсякденного життя, не в останню чергу, як відповідального споживача» [13].

Поняття абсолютної цінності поширюється на всіх людей – незалежно від віку, статі, раси й національності, освіти, професії, роду діяльності тощо. Кожна людина самоцінна й цікава, заслуговує на увагу тільки тому, що вона існує. У процесі життєдіяльності людина має усвідомлювати свою цінність і старанно її оберігати. Вона повинна бути здатною, на основі ієрархії цінностей, побудувати свою культуру споживання так, щоб вона відповідала як суспільним потребам, так і власним духовним нахилам і прагненням; виховати у собі грамотного споживача, який знає свої права, вміє аналізувати необхідну інформацію та свідомо керується своєю споживачькою поведінкою.

Саме в цьому і полягає роль сучасної школи, до якої ставляться високі вимоги давати молоді основи знань, допомагаючи в соціальній адаптації до життєвих реалій та формуючи активну громадянську позицію.

1. Конституція України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996. – № 30. – ст. 141.
2. Галковська Т. Споживацтва навчаємо з пелюшок / Т. Галковська // Дзеркало тижня. – 2007. – № 39 (668). – С. 16.
3. Загребельний П. Диво / П. Загребельний – К. : Дніпро, 1971. – 672 с.
4. Кант И. Основы метафизики нравственности // Соч. в 6 т., т. 4 (I). / И. Кант – М. : Мысль, 1965. – С. 219–325.
5. Кравченко А. И. Культурология : [учебное пособие для вузов]. – 3-е изд. / А. И. Кравченко. – М. : Академический Проект, 2002. – 496 с.
6. Новгородцев П. И. Об общественном идеале / П. И. Новгородцев. – М. : УРСС, 1991. – 640 с.
7. Петрущенко С. П. Культура споживання / С. П. Петрущенко, Н. В. Петрущенко. – К. : Магістр-S, 2001. – 192 с.
8. Самчишин О. Споживчий імунодефіцит українського ринку / О. Самчишин // Дзеркало тижня. – 2003. – № 9 (434). – С. 8.
9. Уайтхед А. Н. Избранные работы по философии // Пер. с англ., общ. ред. и вступ. ст. М. А. Киселя / А. Н. Уайтхед. – М. : Прогресс, 1990. – С. 305 – 309.
10. Щерба С. П. Філософія : Підручник / С. П. Щерба. – К. : Кондор, 2007. – 452 с.
11. Впровадження основ споживчих знань у систему загальної середньої освіти в Україні : Аналітичний коментар / Гриценчук О. О., Овчарук О. О. – Київ, 2007. – Режим доступу: <http://www.consumerinfo.org.ua/upload/files/ConsumerEducationEmlementetion.pdf>.
12. Освіта в інноваційному поступі суспільства : (тези доповіді міністра освіти і науки України С.М. Ніколаєнка на підсумковій колегії МОН України 17 серпня 2006 року) [Електронний ресурс] / С. М. Ніколаєнко. – Київ : Підсумкова колегія МОН України, 2006. – Режим доступу: http://www.mon.gov.ua/newstmp/16_08/doc.doc.
13. Про освіту споживача у школах : (Резолюція (71) 29 Ради Європи, ухвалена заступниками міністрів 15 жовтня 1971 року) [Електронний ресурс] / Комітет міністрів Ради Європи. – Страсбург : Засідання заступників міністрів, 1971. – Режим доступу: [http://coe.kiev.ua/docs/km/R\(71\)29.htm](http://coe.kiev.ua/docs/km/R(71)29.htm).

Pidluzhna O. P.

SYSTEM OF VALUES AS BASIS OF FORMING THE CULTURE OF CONSUMPTION

With the arrival of the phenomenon of mass consumption, which became a new challenge for many ordinary Ukrainians, grows up the role of education of competent consumer, which knows its rights, is able to analyse necessary information, orients and makes conscious decisions in different vital situations. At the same time any person as a component of the integral system – society – in the process of its activity opens own inner power, here it enters into the mutual valued relationships with separate people and with society on the whole. Therefore the research of the subject of forming of the culture of consumption, which is based on the system of values, deserves the special attention. In that article is defined the concept of values, and their intercommunication with norms, is investigated the hierarchy of values, which forms a culture and expresses the way of personality existence. And also it is marked the importance of increasing of person's self-appraisal, claiming of it, as the personality, preparing of it to grown man life, granting of knowledge, how to operate in unforeseen daily situations, through the concept of economic education.

Key words: system of spiritual and financial values, the «greatest value», culture of consumption, conception of economic education.

УДК 316.728

Набрusco I. Ю.

ШОПІНГ ЯК СПЕЦИФІЧНА СОЦІОКУЛЬТУРНА ПРАКТИКА СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті розглянуто феномен шопінгу як соціально поширеної практики сучасного суспільства та необхідної складової стилю життя. Автор зробив спробу аналізу типів шопінгу та його характерних особливостей в умовах відсутності чіткої ціннісно-нормативної бази соціуму.

Ключові слова: споживання, шопінг, гроші, споживчі переваги.

Потреба дослідження проблеми споживання в рамках соціологічного аналізу пояснюється тим, що сучасні соціальні трансформації значно

зумовлені впливом процесу споживання у його матеріальних і символічно-репрезентативних елементах. Трансформуючись із простого задо-