

Міністерство освіти і науки України
Український католицький університет
Факультет суспільних наук

Кафедра соціології

Дипломна робота на тему:
«Середній клас в Україні: проблема самоідентифікації»

Виконав студент 4 курсу бакалаврату
за спеціальністю «Соціологія»,
групи ССО-19/Б,
Іванишин Денис Васильович

Науковий керівник
Доцент кафедри соціології
Кашук Мирослав Ярославович



Львів 2023

Зміст

<i>Вступ</i>	3
<i>Розділ I. Теоретичний аспект дослідження</i>	8
1.1. Питання самоідентифікації середнього класу в пост-комуністичних країнах Центрально-Східної Європи	8
1.2. Питання самоідентифікації середнього класу в контексті розвитку середнього класу в Україні	11
1.3. Самоідентифікація середнього класу з точки зору Гідденса	14
Висновки з Розділу I	16
<i>Розділ II. Методологічний аспект дослідження</i>	18
2.1. Інструментарій дослідження	19
2.2. Обґрунтування використаного методу дослідження	20
2.3. Опис методологічної частини	22
Висновки з Розділу II	24
<i>Розділ III. Результати дослідження</i>	26
3.1. Перевірка обраних гіпотез дослідження	26
3.2. Загальний аналіз результатів	35
Висновки з Розділу III	38
<i>Висновки</i>	40
<i>Рекомендації</i>	42
<i>Список джерел і наукової літератури</i>	
<i>Додатки</i>	

ВСТУП

Постановка проблеми та актуальність

Розвиток середнього класу в Україні стикається з великою кількістю труднощів. Після відновлення незалежності України в 1991 році та відмовою від планової моделі розвитку економіки та перехід до ринкової економіки почалася велика зміна в економічному, політичному та соціальному житті українського суспільства. Такі події потягли за собою і зміни у класовій структурі українського суспільства, яка вибудовувалася за часів Радянського Союзу. Старі соціальні групи, які могли бути описані як прошарок «радянського середнього класу» в Україні втрачали ознаки середнього класу, коли нові соціальні групи почали виступати на нові ролі (в першу чергу підприємці). На розвиток середнього класу в Україні вплинула і зміна у політичному житті України, а саме формування поліцентричної політичної системи з великою кількістю політичних партій, які законодавчо на мали привілей, як Комуністична Партія України (осередок КПРС в УРСР). Також в незалежній Україні почалася формування громадянських організацій, що не залежали від державних органів та могли самостійно формулювати власну діяльність.

Також варто вказати ще на те, що після відновлення незалежності України українське суспільство почало відчувати на собі розширення соціальної стратифікації. Попри те, що індекс Джині в Україні є одним з найнижчих у світі [1], соціальна стратифікація стала відчутним явищем в українському суспільстві, яке впливало на зміну класових ідентифікацій всередині українського суспільства.

Такі глобальні зміни, що відбувалися у короткі терміни в межах одного-двох поколінь українців вплинули на формування середнього класу в Україні, а також тих ознак, якими можна описати його представників. Варто сказати про те, що формування середнього класу в Україні значно відрізнялося від

формування відповідних класів в Північній Америці, Західній та Північній Європі через історичні та економічні відмінності у розвитку середнього класу. Можна заявити про те, що середній клас в Україні досі знаходиться у стані формування [2, ст. 271-277].

Одним з питань, які стоять при описі середнього класу в Україні, можна назвати питання самоідентифікації середнього класу в Україні, тобто те, як саме представники середнього класу в Україні визначають себе такими. Таке питання стає гостро в питанні того, як варто вивчати середній клас в Україні та які соціальні групи він охоплює. Самоідентифікація середнього класу виступає як один з індикаторів опису розмірів середнього класу, на рівні з економічними, політичними та соціальними факторами.

Попри таке, що самоідентифікація середнього класу може виступати як індикатор охоплення середнього класу, не варто уникати того факту, що середній клас в Україні продовжує формуватися. Через це, форми самоідентифікації середнього класу може видозмінюватися, що створює нечіткість в тому, які соціальні групи можуть мати в собі представників середнього класу.

Також самоідентифікація середнього класу може вступати в протистояння з визначеними у соціальних науках ознаках середнього класу. Можлива та ситуація, коли представник чи представниця середнього класу, які за економічними, політичними та соціальними ознаками може бути визначеним як складова середнього класу, але сам індивід може себе не вважати представником середнього класу. Така ситуація може бути і протилежною – коли людина, яка не може бути визначена як представник середнього класу себе таким вважає.

В свою чергу на самоідентифікацію представників середнього класу може впливати зовнішні актори, що впливають на уявлення індивіда на власне класове визначення. Такий вплив може бути від ЗМІ, які можуть формувати

думку про загальну бідність населення в Україні, що може впливати так, що представники середнього класу можуть себе такими не вважати.

Тим часом, на вивчення самоідентифікації середнього класу в Україні впливає й сприйняття дослідника, який може мати певні конструкти щодо того, які саме індивіди можуть підпадати під визначення як представників середнього класу, що може впливати на подальший опис самоідентифікації середнього класу, адже певний соціальний прошарок може залишитися поза увагою дослідника, що в майбутньому викривить опис самоідентифікації середнього класу.

Ще варто відзначити вплив вторгнення Росії на територію України. Що включає в себе анексію АР Крим у березні 2014 року, війна на Сході України (активна фаза відбувалася у 2014-2016 рр.) та повномасштабне вторгнення з 24 лютого 2022 року. Ці події, які значно вплинули на економічний розвиток України, політичне та громадське життя українців вплинули і на середній клас в Україні.

Мета: Дослідити критерії, на основі яких формується самоідентифікація середнього класу в Україні

Завдання:

1. Розглянути існуючі погляди на питання самоідентифікації середнього класу, зокрема в Україні;
2. Сформувати програму проведення дослідження проблеми самоідентифікації середнього класу в Україні;
3. Визначити, чи економічні критерії відіграють провідну роль для самоідентифікації середнього класу в Україні;

4. Визначити роль громадської та волонтерської діяльності у формуванні самоідентифікації середнього класу в Україні;

5. Виявити, як місце проживання середнього класу впливає на самоідентифікацію середнього класу в Україні;

6. Виявити, як професія впливає на самоідентифікацію середнього класу в Україні.

Об'єкт за критерієм носія проблеми: Представники середнього класу

Об'єкт за критерієм загальної проблеми: критерії самоідентифікації середнього класу в Україні

Предмет: критерії, які впливають на формування відчуття приналежності до середнього класу.

Ключові слова: середній клас, критерії визначення середнього класу, представник середнього класу, самоідентифікація.

Для проведення досліджено було використано методи якісної соціальної, а саме глибинні інтерв'ю. Було проведено 12 інтерв'ю з представниками різних професій та соціальних груп, які проживають у міській та сільській місцевості України. Вік респондентів – від 18 до 49 років. Інтерв'ю були проведені у березні-квітні 2023 року. Розподіл по статевій ознаці – 7 чоловіків на 5 жінок. Детальніший опис вибірки в рамках дослідження буде проведено у розділі 2, підрозділ 3.

У першому розділі буде описано місце самоідентифікації у вивченні середнього класу щодо України та країн Центрально-Східної Європи. У другому розділі буде описано методологію проведення дослідження, інструментарій та обґрунтування використання якісних методів у дослідженні. У третьому розділі будуть описані результати дослідження, їх аналіз щодо

поставлених завдань та гіпотез у дослідження. А ще будуть сформовані загальні висновки даного дослідження та підбиті підсумки дослідження. Наприкінці дослідження також можна буде знайти рекомендації, які були сформовані під час проведення цього дослідження.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Питання самоідентифікації середнього класу в пост-комуністичних країнах Центрально-Східної Європи

Теоретичне вивчення проблеми самоідентифікації середнього класу в Україні варто вивчати з врахування контексту того, в яких умовах йшов розвиток середнього класу в Україні. На відміну від країн Північної Америки та Західної Європи, Україна, яка була частиною СРСР та соціалістичного табору, мала відмінний шлях розвитку середнього класу і, відповідно, його самоідентифікації. Також варто відзначити те, що країни ЦСЄ протягом довгого періоду часу в ХХ сторіччі були фактично відрізані від решти світу, що зумовило своєрідні поведінкові патерни у суспільстві.

Для кращого вивчення теоретичної частини вивчення питання самоідентифікації середнього класу в Україні варто поділити даний розділ на три підрозділи. В першому буде вивчатися питання самоідентифікації середнього класу в пост-комуністичних країнах ЦСЄ. В другому розділі буде показано питання самоідентифікації в контексті розвитку українського середнього класу. В третьому розділі буде розглянуто питання самоідентифікації середнього класу через праці Гідденса. Головними питаннями для цього розділу, на які мають бути дані відповіді це:

- Які особливості виявлені в описі самоідентифікації середнього класу у країнах Центрально-Східної Європи (надалі ЦСЄ)?
- Які риси притаманні самоідентифікації середнього класу в Україні? Чим вони подібні/відмінні від інших країн ЦСЄ?
- Як теорія Гідденса може описати формування самоідентифікації в середнього класу України?

- Які є головні ознаки самоідентифікації середнього класу, на які варто спиратися про подальшому дослідженні?

Пост-комуністичні країни ЦСЄ після відмови від планової економіки та перехід до ринкової економіки та демократичної правової системи переживали важкий перехід трансформації суспільств під нові реалії. Ці зміни відбувалися в контексті глобальних змін в економіці, тобто перехід від індустріальних до пост-індустріальних економік, де левову частку населення залучена у сферу послуг. На відміну від цього, країни ЦСЄ станом на 1990-ті роки мали велику кількість промислових об'єктів, на яких було залучено велика кількість населення. Разом з тим, дані підприємства існували та працювали у закритій плановій економіці часів соціалізму, через що у 1990-ті роки вони могли визнані такими, що не підходять в нових реаліях. В результаті виходила ситуація, коли великий прошарок робітничого (нижчого класу) мав перепрофілюватися в нових умовах. Варто також відзначити, що дані зміни у суспільних ієрархіях країн ЦСЄ створювалися в умовах проведення радикальних реформ в короткі терміни (наприклад, шокова терапія у Польщі проводилася протягом декількох місяців у 1990-1991 рр. [3]). Радикальні зміни, руйнування старих соціальних груп, переоцінка цінностей ставало важким досвідом для середнього класу в цих країнах, що значно вплинуло на його самоідентифікацію.

Також варто зазначити те, що в пост-комуністичних країнах почалася руйнація стара система соціальної мобільності, а також розподіл населення за приналежністю до певної соціальної групи. Відмова від соціалістичного курсу розвитку держав, втрачалася монопольна влада комуністичних партій, які втратили довіру з сторони населення. Це, а також розширення можливостей для соціальної мобільності (лібералізація законодавств в країнах ЦСЄ) дала більшу свободу населенню у власному економічному розвитку, що давало

простір для розвитку майбутнього середнього класу як незалежної соціальної групи, що має простір для власного розвитку.

Крикіун та Ліпан у своїй праці про вивчення середнього класу у пост-комуністичних країнах показали те, що середній клас вважає себе таким через те, що його представники бачать своє життя заможним та таким, що вдалося [4]. Попри це, відчуття єдності середнього класу в них немає – відчуття індивідуальності в описі власного життя в них чітко проглядається [4], що приводить до думки, що самоідентифікація середнього класу в пост-комуністичних країнах формується не навколо розуміння про спільності великої кількості індивідів в певних аспектах життя, але в суб'єктивному сприйнятті власного достатку, яке може відрізнятись. Отримавши важкий досвід глобальної видозміни в суспільстві, представники середнього класу можуть самоідентифікувати себе через заможне життя, яке змогло витримати важкі події минулого.

Також варто відзначити те, що самоідентифікація середнього класу формується через вкладення власного капіталу у дітей, наприклад через взяття приватних уроків. Це можна пояснити тим, що середній клас у країнах ЦСЄ формує уявлення про заможність та проектує його не лише на власне покоління, але і на покоління своїх дітей та прагне через вкладення соціального капіталу в них продовжити формувати тяглість нового середнього класу. Пйотр Длугош у власній праці вивчав практики взяття приватних уроків для дітей представників середнього класу в Польщі та Україні дійшов до висновку, що у приватних уроках для молоді залучені ще й сім'я молоді [5].

Варто і підмітити те, що у новій класовій системі, яка сформувалася у країнах ЦСЄ, самоідентифікація може будуватися через порівняння власного досвіду у минулому. Не варто забувати про те, що середній клас як явище є молодим у країнах ЦСЄ, так само і соціальна мобільність у часи трансформації була високою, через що індивід міг протягом відносно короткого періоду часу

бути представником нижчого класу та середнього класу, що впливає на його самоідентифікацію через порівняння власного життєвого досвіду [6].

Можна заявити про те, що самоідентифікація в представників середнього класу в країнах ЦСЄ формується не навколо чітко виражених ознак (наприклад, стабільного економічного капіталу чи громадської активності), але через особисті відчуття заможності та можливості вкладати власний капітал у різні напрямки.

1.2. Питання самоідентифікації середнього класу в контексті розвитку середнього класу в Україні

Самоідентифікація в українському середньому класі також пережила значну трансформацію, подібну до схожих процесів у країнах ЦСЄ. Такі процеси супроводжувалися змінами у самосприйнятті себе в класовій системі. Через те, що Україна переживала складні часи перебудови в нових умовах з врахуванням важкої економічної кризи трансформації 1990-их років та зміною в трудовій ієрархії змінювалося і сприйняття представників певних соціальних груп, які можуть бути віднесені до середнього класу. Так, якщо за часів УРСР представники таких професій як інженери, лікарі та вчителі мали достатній економічний потенціал, хоч і своєрідний в умовах радянської планової економіки, то в період незалежної України через збіднення даних прошарків населення вони, які в західній традиції можуть бути визнаними як представники середнього класу, в Україні такими себе не вважають через скруту [7]. Такі приклади наводять на думку, що самоідентифікація в українському середньому класі є мінливою та динамічною, яка залежить від економічних та політичних змін.

Також варто сказати про те, що самоідентифікація українського середнього класу може бути відмінною від того, чи об'єктивно певний індивід

є представником середнього класу. Так, за дослідженням Центра Разумкова, в Україні представників середнього класу є тільки 28% [8], що вказує на те, що середній клас в Україні не є найбільш масовим класом в Україні. На це вказує нижчий рівень заробітку, аніж в інших країнах Європи, в тому числі і пост-комуністичні країни Центрально-Східної Європи, а також те, що представники середнього класу не можуть дозволити собі мати «фінансову подушку». Водночас, відсоток населення, яке вважає себе представником середнього класу в Україні, є доволі високим.

Попри те, що український середній клас знаходиться у стані формування, відчуття приналежності до середнього класу в Україні є і вона формується на інших чинниках.

По-перше, це своє протиставлення іншим соціальним класам. Варто відмітити те, що в загальній свідомості суспільства сформувався образ найвищого класу олігархату, який впливає на все населення і відіграє провідну роль у політичному та економічному житті України. Через це в свідомості представників середнього класу в Україні почало формуватися своє уявлення як представників класу, який стоїть в опозиції до олігархічного класу та є відокремленою від нього частиною [9]. Таке сприйняття впливає на те, які саме соціальні групи можуть мати в собі індивідів, які вважають себе представниками середнього класу, адже загальне несприйняття олігархічного та клептократичного ладу в Україні проявляється у багатьох соціальних групах в Україні. Це призводить до того, що ідея самоідентифікація себе як представника середнього класу може бути виражена серед представників професій, які займаються інтелектуальною працею (інтелігенцією) та підприємцями малого та середнього бізнесу, які бачать в олігархаті загрозу для свого подальшого розвитку та тією силою, яка може придушити їх як спільноту опозиційних відносно них людей.

По-друге, самоідентифікація середнього класу може будуватися навколо заможності індивідів, які можуть вважати себе як представників середнього класу. Варто підмітити те, що рівень заможності серед ймовірних представників середнього класу має коріння ще за часів СРСР, коли рівнем заможності вимірювався через можливість мати власний автомобіль чи заміський будинок [10]. Це ще раз вказує на те, що середній клас в незалежній Україні є молодим явищем, яке відбувається в межах одного-двох поколінь протягом більше ніж 30 років незалежності. Через це старі уявлення про заможне життя, сформовані в часи УРСР, досі мають вагу і впливають на власне сприйняття українців у класовій структурі українського суспільства. Водночас, варто підмітити і зміни у даному аспекті, які стають все чіткішими з останніми роками, коли молодші представники середнього класу не бачать свою заможність через певні атрибути [10].

Можна сказати, дивлячись на ці два основні фактори, що самоідентифікація середнього класу будується навколо ідеї відмінності відносно вищого та нижчого класу. Представники середнього класу бачать себе не такими впливовими та злочинними, які представники олігархату, а також бачать себе заможними через матеріальні надбання, на відміну від нижчого класу, який не може собі дозволити собі такі атрибути. Це можна описати як діалектичну самоідентифікацію, коли вона формується у порівнянні з іншими класами і відносно інших класів. Представники середнього класу вважають себе такими та будують ознаки власної ідентифікації у порівнянні з іншими класами, тим самим орієнтуючись на них у формуванні уявлень про власне знаходження у класовій структурі українського суспільства.

Але варто також розказати про іншу складову самоідентифікації середнього класу в Україні, яка сформувалася в унікальних умовах, які не були властиві іншим країнам Центрально-Східної Європи, а саме самоорганізація середнього класу. Дана риса почала формуватися на фоні того, що Україна пережила та переживає важкі потрясіння, які дотично торкнулися всіх верств

населення, а саме дві революції (Помаранчева та Революція Гідності), а також російсько-українська війна, яка представлена трьома великим епізодами – анексією Криму, війною на Сході України та повномасштабна російсько-українська війна. Такі події змусили великі соціальні групи, в тому числі і середній клас, формувати громадські організації, які могли б впливати на теперішній стан справ [11]. Самоорганізація в українському суспільстві в умовах Революції Гідності та російсько-української війни спрямована на допомогу українському суспільству та державі у подоланні внутрішніх та зовнішніх загроз. Самоорганізація проявляється через формування неурядових організацій, волонтерській діяльності та пожертвах на користь НУО. Особливо громадська діяльність проявилася під час повномасштабної війни з 2022 року, коли допомога на користь ЗСУ, ВПО (внутрішньо переміщеним особам) стала звичайною справою, в тому числі і грошові донати. За даними спільного дослідження фонду «Zagoriy Foundation» та «Соціоінформу», середній розмір донатів серед тих, хто донатить, становить 2432 грн [12].

1.3. Самоідентифікація середнього класу з точки зору Гідденса

Вивчаючи питання самоідентифікації середнього класу, було використано вчення Ентоні Гідденса. Цей автор був вибраний через те, що він у своїй книзі «Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age» [13] вивчав питання самоідентифікації людей щодо інших соціальних груп та суспільства загалом у сучасності. Ця праця допоможе визначити ті ознаки, які допоможуть у формулюванні тих критеріїв, які представники середнього вважають важливими для власної самоідентифікації. Крім того, вивчаючи даний твір, можна буде формувати ті принципи, які можуть лягти в основу вивчення того, які саме формуються критерії формування самоідентифікації у середнього класу.

Ентоні Гідденс у своїй праці вивчає ідентифікацію людини у контексті пізнього модерну. На думку автора, пізньомодерне суспільство можна

охарактеризувати як індустріальне суспільство з розвиненою капіталістичною системою та розширеною системою передачі інформації через ЗМІ (якщо врахувати і сьогодення, то варто до цього додати й Інтернет як спосіб поширення інформації). Через це у постмодерному світі, де глобалізація та модернізація займають центральне місце, індивід піддається тиску з сторони соціальних інститутів. Такий тиск, а формування нових поведінкових патернів (формування механізму сорому за аморальні, на думку суспільства, вчинки) призводять до необхідності у саморефлексії в індивіда над власним життям. За Гідденсом, саморефлексія індивіда над власною ідентифікацією, формується навколо чотирьох питань:

- Власного існування;
- Скінченності життя;
- Досвіду навколишнього оточення та людей, які перебувають в ньому;
- Безперервності ідентичності.

Ці принципи впливають на те, як формується самоідентифікація через рефлексію в індивіда. Самоідентифікація не є усталеним явищем, воно змінюється та формує свої нові форми в залежності від того, як саме обставини впливають на життя індивіда. Ця рефлексія будується на тягlosti досвіду індивіда, який формулює для себе свій біографічний досвід та вибудовує його через призму своєї соціальної групи чи спільноти, всередині якої він проживає своє життя. Теорія Гідденса тримається на тому, що рефлексія та визначення власного місця у динамічному світі.

Якщо аналізувати самоідентифікацію середнього класу в Україні з сторони Гідденса, то її можна сформулювати так, що в молодому середньому класі України його представники вибудовують власне приналежність до цього класу через власний досвід, а також через те, як саме діють навколишні люди довкола нього. Пам'ятаючи про те, що середній клас в Україні в сучасному

вигляді почав формуватися відносно недавно, люди середнього віку (за даними Держстату, середній вік в Україні – 41 рік [14]), мали у своєму житті епізоди важкої економічної ситуації у державі, що призводило до зміни в економічному добробуті певних індивідів. Рефлексія над власним біографічним досвідом та його порівняння з досвідом навколишнього оточення, індивіди можуть вибудовувати власний образ щодо класової системи та власному місці у цій системі.

Висновки з Розділу I:

Розвиток середнього класу в країнах ЦСЄ був пов'язаний з розпадом старого економічної моделі, усталеної протягом часів розвитку соціалізму в даних країнах. Різкий перехід від планової до ринкової економіки та лібералізація політичного життя призвів до неочікувано швидкого зрушення в питанні класової ідентифікації серед населення.

Самоідентифікація середнього класу в ЦСЄ формується на основі особистого сприйняття заможного життя та порівнянні власного життя в теперішньому та минулому часі.

Самоідентифікація українського середнього класу має визначену форму попри те, що сам середній клас все ще на стадії формування. На відміну від країн ЦСЄ, в Україні середній клас формує власну ідентифікацію на основі протиставлення відносно вищого та нижчого класів. Крім того, самоідентифікація формується на основі волонтерської діяльності.

Теорія Гідденса формується на тому, що самоідентифікація індивіда формується на основі саморефлексії та формування свого «Я» через досвід навколишнього середовища.

Дана теоретична база на основі вивчення досвіду країн ЦСЄ, українського досвіду, а також використання теорії Гідденса дозволить розробити методологічну базу для проведення дослідження самоідентифікації середнього класу в Україні.

РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета: на основі глибинних інтерв'ю визначити ті критерії, які представники середнього класу вважають як основні для визнання себе як представника середнього класу

Об'єкт за критерієм носія проблеми: представники середнього класу в Україні.

Об'єкт за критерієм загальної проблеми: уявлення представників середнього класу про критерії, які визначають їх як представників середнього класу.

Предмет: критерії визначення приналежності до середнього класу.

Гіпотези:

1. Представники середнього класу розглядають економічні чинники як провідні для власної самоідентифікації;
2. Представники середнього класу розглядають громадську та волонтерську активність як основу для самоідентифікації себе як представника середнього класу;
3. На визначення себе як представника середнього класу впливає місце проживання;
4. На самоідентифікацію середнього класу впливає професія представників середнього класу.

Інтерпретація понять на основі теоретичної частини:

Середній клас – найбільший соціальний клас у суспільстві, який об'єднує в собі представників різних соціальних груп та спільнот, що подібні між собою за рівнем доходу, комфортними умовами життя та спільними соціально-політичними преференціями.

Критерії визначення середнього класу – це сукупність економічних, політичних та соціальних ознак, на основі яких можна констатувати приналежність індивіда до середнього класу.

Представник середнього класу – це особа, яка за своїми ознаками може вважатися приналежною до середнього класу.

Самоідентифікація – це особисте судження індивіда щодо приналежності до соціального класу, соціальної групи чи соціальної спільноти.

2.1. Інструментарій дослідження:

Для вивчення питання самоідентифікації середнього класу в Україні були обрані якісні методи соціології, а саме глибинні напівструктуровані інтерв'ю, проведені у березні-квітні 2023 року. Кількість респондентів, які взяли участь у дослідженні – 12.

Ольга Бакалірева під час дискусії щодо критеріїв вивчення середнього класу, організованої КМІС у 2014 році [15], заявила, що для вивчення середнього класу варто використовувати якісні методи. Дані методи, на думку пані Ольги, мали бути використані для того, щоб вивчати ідентифікацію тих індивідів, котрі вважають себе частиною середнього класу.

Під час розробки методології було вирішено вивчати самоідентифікацію представників середнього класу з врахуванням різних факторів. Першим з них було вирішено взяти фактор проживання респондентів у міській та сільській місцевості. Дане рішення було прийняте через те, що попри високий рівень урбанізації в Україні значний відсоток населення все ще проживає у сільській місцевості а саме 30% [16]. Через таку значну частку було вирішено включити до дослідження 3 респондентів, що проживають у сільській місцевості.

Іншим фактором, чий вплив на самоідентифікацію міг бути важливим, стала професійна діяльність респондентів. Через це для дослідження було обрано такі роди професій, кожна категорія включає трьох опитаних респондентів:

1. Підприємці (з них двоє заявили, що вони є представниками малого бізнесу, один – середнього бізнесу);
2. Представники професій, які працюють в державних закладах («бюджетники»). Серед них було опитано два лікарі, а також один вчитель, який викладає у загальноосвітньому ліцеї;
3. Представники фермерської справи, які водночас є жителями сільської місцевості;
4. Студенти, всі з них здобувають бакалаврську освіту.

Кожна з цих категорій була обрана через те, що всі вони можуть бути описані як представники середнього класу. Підприємці та фермери можуть бути описані як представники середнього класу через те, що вони займаються підприємницькою справою та мають стабільний та єдиний дохід, що є частиною економічних критеріїв опису представників середнього класу [17]. «Бюджетники» були включені до цього списку через те, що вони є займаються інтелектуальною працею, з вимогою на здобуття повної вищої освіти[18]. Студенти були включені через те, що вони є активно включені у громадське життя [19].

2.2. Обґрунтування використаного методу дослідження

Якісні методи для вивчення питання самоідентифікації середнього класу були обрані через те, що дане питання включає в себе й особисте переконання індивіда щодо того, що він є представником середнього класу.

Водночас, варто відмітити те, що уявлення про те, на основі чого формується відчуття приналежності до середнього класу, може відрізнятись через різне сприйняття поняття «середній клас».

Глибинні інтерв'ю були обрані для проведення дослідження через декілька причин, які можуть краще розкрити ті критерії, на основі яких представники середнього вважають себе такими.

Першою причиною було те, що на глибинних інтерв'ю немає прив'язки до певної тематики. Респондент ладен вибудувати власну відповідь спираючись на власні переконання та думки. В такому випадку, ті переконання, яких дотримується респондент, не можуть бути змінені чи видозмінені через втручання дослідника. Це можна пояснити тим, що у глибинному інтерв'ю респондент розкриває власні думки обширно, не будучи обмеженим дослідниками, які можуть ненавмисно втрутитися у розкриття теми самоідентифікації.

Друга причина полягає в тому, що під час глибинного інтерв'ю респондент здатен пояснити власні мотиви, якщо цього треба буде необхідно для дослідника. Нечітка відповідь може бути уточнена, що покращує якість отриманих даних для подальшого аналізу. В такому випадку напівструктуроване інтерв'ю додає ще одну перевагу, а саме те, що деякі питання можуть бути відкинуті самим дослідником, якщо респондент не бажає відповідати на нього чи не має про що сказати щодо нього.

Третьою причиною є те, що респондент може на глибинному інтерв'ю може розповідати про темі, які, на його думку, є чутливими і вони не готові розкривати його на публіці. В такому випадку, на глибинному інтерв'ю респондент може почувати себе у комфортному середовищі, на якому він здатен описувати ті речі, які могли бути засуджені суспільством.

Четвертою причиною є те, що інтерв'юер може спостерігати за респондентом та вловлювати непомітні знаки, які вказують на те, що респондент передає сигнали «мовою тіла». Це допомагає досліднику розуміти, які моменти є більш важливими для респондента та на яких він акцентує власну увагу, наприклад через зміну тону чи через зміну міміки на лиці респондента. Такі жести допомагають в майбутньому якісніше розкрити оповідь респондента.

В контексті самоідентифікації середнього класу в Україні, глибинні напівструктуровані інтерв'ю постають як інструмент збору інформації, який зможе найкраще допомогти у дослідженні даного питання через його гнучкість використання, а також його потенціалу у зборі великої кількості інформації, яка потім буде перетворена у результати.

2.3. Опис методологічної частини

Анкета опитування для респондентів складалася з 16 питань, які були згруповані у 5 групи питань. Дані групи питань були сформовані таким чином, щоб через них було розкрито гіпотези дослідження та дано результати щодо них.

Участь у дослідженні брали участь респонденти, які вказали, що вони є представниками середнього класу та вважають себе частиною даного класу. Повна анкета можна буде знайти у Додатку 1 наприкінці роботи.

Перший блок питань був щодо економічних ознак приналежності до середнього класу. Питання стосувалися питання доходу респондентів, їх матеріальною забезпеченістю та можливістю мати «фінансову подушку». Також даний блок питань стосувався питання того, чи рід діяльності респондентів дозволяє їм мати час на власне дозвілля. Завершальним питанням у даному блоці було питання про те, як саме респондент оцінює

економічних факторів на власну самоідентифікацію як представника середнього класу: «На вашу думку, наскільки важливими для вас є економічна складова при визначенні власної самоідентифікації як представника середнього класу?»

Другий блок питань стосувався вивчення впливу фактору громадської діяльності на самоідентифікацію респондентів як представників середнього класу. В даний блок були включені питання про те, як часто респондент бере участь у громадських ініціативах, як часто він бере участь у волонтерській діяльності. Завершальним питанням даного блоку було про те, яку роль громадська діяльність виконує у формуванні самоідентифікації респондентів як представників середнього класу: «На вашу думку, наскільки ваша громадська діяльність впливає на ваше сприйняття себе як представника середнього класу?»

Третій блок питань стосувався впливу місця проживання на самоідентифікацію середнього класу. В даному блоці питань було сформовані питання про те, як саме проживання в місті чи селі може впливати, на думку респондентів, впливають на самоідентифікацію середнього класу. Завершальним питанням у даному блоці було питання про те, чи місце проживання впливає на сприйняття себе як представника середнього класу: «Як ви вважаєте, наскільки ваше теперішнє місце проживання впливає на ваше сприйняття себе як представника середнього класу?»

Четвертий блок питань стосувався впливу професійної діяльності респондентів на самоідентифікацію середнього класу. Дані питання стосувалися того, чи професійна діяльність має значний вплив на сприйняття себе як представника середнього класу. Також даний блок питань стосувався питань того, чи вважають представники середнього класу власну професію як таку, що притаманна середнього класу.

П'ятий та останній блок питань стосувався загальному опису власної самоідентифікації як представника середнього класу. У даному блоці питань респонденти могли вказати на те, які ще фактори вони вважають важливими для власної самоідентифікації, а також підсувати власну оповідь, сформувавши список критеріїв, раніше обговорених під час інтерв'ю та встановити ті фактори, які мають найбільший та найменший вплив на їх самоідентифікацію.

Дана анкета була створена для того, щоб сформувати загальне уявлення про те, як представники середнього класу бачать власне бачення свого місця у класовій системі українського суспільства та те, які фактори для них є найбільш важливими. Попри це, також варто відзначити те, що респонденти могли вказувати й інші фактори, які впливають на власне бачення себе як представників середнього класу. Це дає змогу побачити ті риси, які могли бути не помічені під час формування анкети та які можуть бути проаналізовані.

В анкету не були додані питання щодо політичних вподобань респондентів та чи певна політична ідеологія є важливою при самоідентифікації середнього класу в Україні через обставини, під час яких проводилося дослідження, а саме в умовах воєнного стану.

Висновки з розділу II

Для вивчення питання самоідентифікації середнього класу в Україні були обрані якісні методи, точніше – глибинні напівструктуровані інтерв'ю. Дані інтерв'ю були використані для того, щоб визначити ті причини, які можуть бути не виявлені іншими методами збору інформації.

Глибинні інтерв'ю були обрані через те, що вони дозволяють отримати необхідну інформацію в безпосередньому контакті з респондентом. Також такі інтерв'ю є гнучкими, що дозволяє досліднику видозмінювати хід інтерв'ю в залежності від того, який хід думок має респондент.

Було сформовано 5 блоків питань під час анкети для отримання максимальної кількості інформації в рамках визначених завдань та гіпотез дослідження. Дана анкета була розроблена з врахуванням особливих факторів, які можуть впливати на самоідентифікацію, а саме місце проживання, рід діяльності, економічна складова тощо.

Дана методологічна основа виступила основою для подальшого розвитку дослідження самоідентифікації середнього класу. Через те, що використовувалося напівструктуроване інтерв'ю, деякі питання могли бути видозміненим, в залежності від професійних відмінностей респондентів (мова іде про гіпотеза 3 та респондентів-фермерів, що проживають у сільській місцевості).

РОЗДІЛ III. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Перевірка обраних гіпотез дослідження

В даному розділі будуть представлені результати дослідження, проведене по темі визначення самоідентифікації середнього класу в Україні. В першому підрозділі будуть представлені результати щодо дослідження гіпотез, встановлених раніше. Опис результатів буде супроводжуватися також і цитатами респондентів. Задля конфіденційності будувати вказані тільки імена респондентів та спеціальний код, який вказує на рід діяльності респондента. Коди респондентів виглядають наступним чином:

- ПР – Підприємці;
- СТ – Студенти;
- ДС – представники інтелігенції на державній посаді («бюджетники»);
- ФМ – підприємці-фермери, за сумісництвом жителі сільської місцевості.

Цитати респондентів будуть передані з врахуванням мови, якою вони спілкувалися (один з респондентів розмовляв російською мовою, другий – змішаною українською та російською), а також з діалектами.

Гіпотеза 1. Представники середнього класу розглядають економічні чинники як провідні для власної самоідентифікації.

Дана гіпотеза була підтверджена. Більшість з респондентів вказували, що економічні чинники доходу, матеріальної забезпеченості та можливості мати заощадження впливають на їх сприйняття себе як представників середнього класу. При описі економічних чинників, які впливають на

самоідентифікацію середнього класу, респонденти вказували, в першу чергу, власні думки щодо власного доходу. Водночас, респонденти уникали точних оповідей про власні доходи, обмежуючись обтічними фразами та описами, які можна описати так, що їх рівень доходу та фінансової подушки є достатнім.

Дмитро-ПР: «Та так, для мене це важливо. Якщо я не матиму нормального доходу, чи там... якихось нормальних благ, як авто, то я не знаю, чи зможу себе бачити у середньому класі...»

Василь-ФМ: «Середній клас це про що? Це, в першу чергу, про доходи. Чи то ти там маєш нормальну зарплату, чи там маєш свою справу, яка щось та й приносить. Це важливо, безперечно...»

Ірина-ДС: «Забезпеченість нормальними товарами, які ти можеш собі дозволити...eee... нормальна зарплатня, то воно сильно впливає, та...»

Про важливість економічних чинників на формування власного сприйняття себе як представника середнього класу вказали 9 з 12 респондентів. Незначну роль вказав один студент, а також один держслужбовець. Решта професійних спільнот, які брали участь у дослідженні, вказали на те, що економічний чинник є важливим для формування їхньої самоідентифікації в українському середньому класі.

Андрій-СТ: «Я думаю, що в теперішньому часі дохід не має такої ролі, особисто для мене. Та, я нормально живу, може...ну...як це пояснити...дохід

для мене має роль, коли я бачу себе у середньому класі, але не аж таку велику. Її..зараз, не як там мої батьки колись, товарів багато, приладів для полегшення життя також. Авто – та я можу собі в маршрутку сісти і собі поїхати, а якщо говорити, що в ній незручно – так і в заторі неприємно стояти у своєму авто...»

Станіслав-ДС: «Середній клас – то для мене не тільки про гроші, бо це все зведеться лиш до того, хто більше заробив чи вкрав. Це ще й про освіченість, про культуру. А гроші – якщо постаратися, то вони швидко найдуться. Чи від того людина стає членом середнього класу – я не думаю...»

Попри існування сумнівів серед деяких респондентів щодо важливості економічних чинників, більшість респондентів таки показали те, що дані фактори мають свою роль у формуванні власного сприйняття як представників середнього класу. Варто підмітити той факт, що економічні чинники, на думку респондентів, в першу чергу розкриваються через питання доходу та фінансової складової. Ба більше, інші аспекти економічного розвитку (наприклад, матеріальна забезпеченість благами) респондентами, які вказували на важливість економічного критерію при самоідентифікації. Можна прийти висновку, що респонденти не вважають матеріальні блага однією з ознак, які можуть вплинути на формування своєї класової ідентичності з економічної точки зору. Фокус був зміщений в сторону фінансової сторони, при чому це можна було спостерігати і в респондентів, які визнавали важливість економічного чинника, так і тих, хто відкидав його.

Ренат-ПР: «Если я буду иметь зарплату... ну не знаю... к примеру девять тысяч гривен, но я буду иметь в себя дома холодильник, телевизор, телефон,

дома будет проложен Интернет – я всё равно не стал бы причислять себя как представитель среднего класса. Почти у каждого есть разные приборы. От этого они не становятся средним классом. Если ты за этот несчастный телефон батрачишь день и ночь, потому что твоя зарплата маленькая, то как такого человека назвать средним классом. Либо планка упала, либо он не есть таким...»

Олеся-ФМ: «Я як згадую, як колись нічого не було ні в кого, то аж за голову хапаюся. А зараз є у всіх і модні смартфони і дітям батьки купляють авто, коли то мале лиш 18 має. Але ж то не впливає. На мене це, наприклад, не впливає. Я не маю великої кількості якоїсь там техніки, не маю декілька хатів, але заробляю достатньо, щоб все посадити, дати дитині, ще й мати прибуток. То це вказує, що я в середньому класі...»

Гіпотеза 2. Представники середнього класу розглядають громадську та волонтерську активність як основу для самоідентифікації себе як представника середнього класу.

Дана гіпотеза також була підтверджена. 11 з 12 респондентів вказали, що вважають, що громадська діяльність та участь у волонтерському русі впливає на їх сприйняття як представників середнього класу. Тут варто розділити дану гіпотезу на дві частини для чіткішого пояснення.

Всі респонденти заявили про те, що вони беруть участь у волонтерській діяльності, здебільшого через грошову допомогу. Респонденти вказували на те, що вони передавали свої кошти для потреб ЗСУ, а також для допомоги ВПО. При цьому, респонденти при описі своєї участі у грошовій допомозі на користь неурядових організацій не вдавалися у подробиці. Для них, дана справа стала щоденною практикою, яка є для них повсякденним ділом.

Крім того, окрім грошової допомоги, респонденти ще й вказували на те, що вони займалися іншими видами волонтерської діяльності. Так, мова ішла про розвантаження гуманітарної допомоги, передачу продуктів харчування, медикаментів та одягу на користь ВПО.

Микола-ФР: «Та, доначу. То важливо для мене. Я думаю, що такі ж, як я, ну тобто середній клас, всі так роблять. Ми достатньо маємо грошей, ми платимо податки, даєм роботу – від нас залежить і скільки буде грошей на всякі фонди...»

Анастасія-СТ: «Я розумію, що зараз всі, хто здатен, донатять, в «ПЖ» (фонд «Повернися Живим – ред.) і так далі. Але я і до війни донатила на інші благодійні фонди. Це я вважаю як необхідне для себе, це частина моєї сутності. Якщо подумати про середній клас – я можу сказати про те, що та – це частина мого сприйняття. Не лише заробітки, але й допомога іншим. Коли можеш поділитися – можна і треба робити це...»

Якщо говорити про те громадську діяльність, таку як участь у різних громадських ініціативах, то лише двоє респондентів з 12 вказали, що вони бачать власну самоідентифікацію через таку проекцію. Такий вид діяльності був описаний в деталях тільки респондентами з сільської місцевості. Їх громадська діяльність пов'язана з розвитком релігійної громади в районі, в якому вони проживають. Так, один з респондентів заявив, що він є частиною церковного братства (парафіяльної прислуги при храмі), що займається, в тому числі, пошуком коштів на реставрацію храму, в який вони ходять.

Василь-ФМ: *«Я розумію, що гроші треба давати, як то слово є... донатити. Сидиш на дивані, пальцем по телефону – цик! І маєш. Але я впевнений, що це не має бути тільки це. Це легко сидіти на дивані і гроші давати, але десть та й треба ще допомагати. Я, наприклад, активно беру участь у нашій церкві, помагаю з облагородженням території навколо церкви. То для мене важливо. Я бачу, що я помагаю розвивати парафію і від того тішуся...»*

Гіпотеза 3. На визначення себе як представника середнього класу впливає місце проживання.

Дана гіпотеза була сформована з врахуванням того, що частина респондентів будуть представляти сільську місцевість. У даному випадку, відповіді містян та селян, на здивування, не відрізняються. Дана гіпотеза не була підтверджена. Представники міста та села не вказували на те, що їх сприйняття себе як представників середнього класу може бути зміненим через постійне місце проживання.

Дана гіпотеза виявилася повністю недієздатною в контексті вивчення самоідентифікації середнього класу. Міські жителі, відповідаючи на дане питання, вказували, що міста та села в Україні є поєднаними і що переселення їх в село не призведе до зміни у власному сприйнятті. Варто підмітити таку деталь, що містяни, відповідаючи на дане питання, описували свій можливий переїзд до села та рефлексували над таким видом зміни проживання, але часто респонденти розвивали свою думку в контексті життя у селі з поєднанням цього з роботою у межах міста.

З іншого боку селяни, відповідаючи на питання з даного блоку питань, вказували, що місце проживання не впливає на їх самоідентифікацію через те, що вони як фермери, є таким собі представництвом середнього класу в селі. Вони відповідали на дане питання, не пробуючи уявити для себе ситуацію зміни місця проживання з села на місто, тобто не персоніфікували можливий

варіант, на відміну від містян, які використовували такий метод для того, щоб дати відповіді на дані питання.

Ірина-ДС: «Не думаю, що так аж впливає. Людина може собі мати гарну хату десь у селі біля міста, їздити на роботу у місто та нормально собі жити...»

Дмитро-ПР: «Я живу зараз у місті, працюю тут. Якби я жив у селі і там б працював – це б ніяк не вплинуло на моє бачення себе в середньому класі. В нас вже міста та села дуже сильно пов'язані між собою. Через це говорити про такий вплив – я не наслідуюся»

Тетяна-СТ: «Що село, що місто – і там і тут можна собі добре жити. Я думаю, що переїзд у село на ферму не сильно вплине на те, що я не буду вже в середньому класі. Можливо, комусь це важливо та принципово, якщо це людина з великого міста, але не для мене точно»

Ренат-ПР: «Да я вообще хочу когда-нибудь построить или купить себе домик, где-то вне города. Это тишина, покой, нету того шума городского. А мои работа и достижения не изменятся от того, что я буду жить не в городе»

Микола-ФМ: «Я живу тут, в селі, навколо такі ж селюки. Від того щось моє ставлення до свого бачення не міняється. Я думаю, що таке є поширеним всюди, і серед міських...»

Гіпотеза 4. На самоідентифікацію середнього класу впливає професія представників середнього класу.

Дана гіпотеза може бути підтвердженою, оскільки 8 з 12 респондентів заявили про те, що їх професія впливає на їх сприйняття середнього класу. Найчастіше такі думки були сказані підприємцями та «бюджетниками», тоді як найрідше вона була заявлена з сторони студентів. Можна припустити про те, що представники інтелігенції, які мають повну вищу освіту і роками вивчалися для своїх посад (нагадуємо, що серед даної групи представлені два лікарі та один вчитель), які можуть дорожити своїм професійним статусом. Таке саме можна заявити і щодо підприємців, оскільки підприємницька діяльність для є основною і вони нею дорожать. Можна заявити про те, що для цих груп респондентів їхні професійні статуси важать багато, оскільки на їх здобуття було витрачено велику кількість часу та сил з сторони респондентів.

Владислав-ПР: *«Ну те, что я є бізнесменом, ну в неком смысле, влияет на мое восприятия. Я незалежний относительно других, я работаю только на себя. Это влияет на то, как я себя вижу, во среднем классе...»*

Марія-ДС: *«Я не займаюся фізичною працею, не тягаю тачки на стройці. Чи це вирізняє мене, показує, що я в середньому класі, де твоя зарплата не отримана через мозолі? Моя відповідь – так...»*

Водночас, представники фермерства та студентства мали й інші думки в контексті даної гіпотези.

Фермери у своїй суті не були одностайні у своїй думці щодо того, чи професійний статус відіграє важливу роль у самоідентифікації. Як було проаналізовано, вони мали різне минуле та мали різні професії. Через це можна сказати, що у випадку таких респондентів, особистий біографічний досвід вплинув на самоідентифікацію.

Щодо студентства, то нехтування професійним статусом у самовизначенні як представників середнього класу можна пояснити тим, що вони досі здобувають вищу освіту і не мають постійної роботи. Через це, студенти-респонденти не можуть мати впливу професійної діяльності на їх самоідентифікацію.

Василь-ФМ: *«Ви знаєте...я до сільського господарства і служив, і їздив на заробітки до поляків. Я бачив багато чого ііі можу сказати, що люди можуть себе бачити в якихось групах не лише через те...еее... як саме вони працюють чи на якій роботі..це не так важливо, без того можна обійтися. Особисто я не думаю, що те, що я...еее... фермер, робить з мене середній клас. Це впирається в інше...»*

Анастасія-СТ: *«Я через декілька років закінчу вчитися, буду повноцінно працювати, перестану бути вже студенткою. Від того... ну, я не буду себе вважати поза середнім класом, хіба якщо...ммм...робота буде вже поганою...»*

Якщо проаналізувати всі гіпотези разом, то можна побачити таку тенденцію, що гіпотези, пов'язані з самоідентифікацією на основі економічних

та громадсько-волонтерських чинниках мають більший вплив, аніж фактори місця проживання та професії респондентів.

Це приводить до думки, що вищеперераховані фактори, гіпотези яких підтвердилися, мають для респондентів більший вплив і навколо таких понять, як дохід, громадська активність, волонтерська діяльність, фінансова стабільність, представники середнього класу можуть вибудовувати власну ідентичність. Такі фактори в їх очах мають більшу вагу та вплив на їхнє життя.

Якщо говорити про п'ятий блок питань, то в ньому респонденти найчастіше вказували те, що економічні фактори найсильніше впливають на їхню самоідентифікацію як представників середнього класу. Як було вказано вище, 9 з 12 респондентів вказали, що економічні чинники мають важливу роль на формування уявлень про приналежність до середнього класу. 8 з 12 респондентів вказали, що економічні чинники мають найбільший вплив на їх самоідентифікацію. 3 з 12 респондентів вказали на те, що громадська активність для них є головним чинником формування самоідентифікації. Один респондент вказав на те, що його професійна приналежність впливає на бачення себе як представника середнього класу. За словами того респондента, професійна діяльність формує його оточення, яке має спільні звички. Через них він бачить, що він знаходиться у середовищі середнього класу та вважає себе його представником.

3.2. Загальний аналіз результатів

Якщо описувати результати незалежно від гіпотез, висунутих у дослідженні, то можна побачити декілька цікавих речей.

Перше – респонденти часто порівнювали власний досвід з досвідом інших людей, наприклад близьких їх людей чи з подібного професійного оточення. Можна заявити про те, що власну самоідентифікацію респонденти

вибудовують не тільки навколо власних уявлень, але і на досвіді інших людей, з якими вони взаємодіють. Це показує те, що ідеї Гідденса про формування власної ідентичності на основі досвіду інших людей в навколишньому середовищі змогла проявити себе в даному дослідженні.

Респонденти також вказували на те, що на їх самоідентифікацію також впливає досвід власного минулого. Така форма рефлексії була спостережена за найстаршими респондентами, яким було 40 + років. Для них, важкий досвід життя в часи економічної та політичної нестабільності в Україні в 1990-их роках став відправною точкою, відносно якої вони вибудовують власне бачення свого місця у класовій структурі українського суспільства. Також таке сприйняття власного місця у середньому класі було і за молодшими респондентами, які порівнювали досвід власних батьків з своїм досвідом у теперішньому. Можна прийти висновку, що рефлексія навколо самоідентифікації формується не тільки на основі теперішньої ситуації індивіда, але і співвідношення даного стану відносно минулого, навіть якщо згадане минуле не було прямо пов'язаним з ним.

Іншим висновком можна винести тема волонтерства, яка була розкрита у гіпотезі 2. Дана тема для респондентів виявилася неочікуваною. На їх думку, волонтерська діяльність є нормою для українського суспільства і формувати свою ідентичність навколо неї вони не вважають за необхідне. Водночас, варто відзначити те, що респонденти вважають волонтерську та громадську діяльність важливою частиною свого життя, хоча не такою, яка кардинально впливає на їхній світогляд в контексті самоідентифікації.

Наступним пунктом, який варто відзначити, це формування ідентифікації серед представників різних професій. Попри те, що гіпотеза 4 була підтвердженою, варто ще відзначити інші моменти, які були зафіксовані під час аналізу інтерв'ю.

Серед представників 4 професійних сфер, найбільш категоричними були представники державних служб. Можна припустити те, що через те, що їх дохід може бути нижчим, аніж доходи підприємців та фермерів, вони вбачають у своїй професій, інтелектуальній роботі ту складову, яка допомагає їм формувати власну ідентичність як представників середнього класу.

Підприємці, з іншої сторони, прив'язували свою професійну діяльність до економічного чинника заробітку. На відміну від «бюджетників», підприємці бачать власну професійну діяльність не як саме собою зрозуміле явище, яке здатне самостійно впливати на самоідентифікацію, але як складову загальної економічної складової самоідентифікації, навколо якої вони вибудовують власну ідентичність.

Фермери, які також є підприємцями, але з власною специфікою через життя у сільській місцевості та особливість їх професійної діяльності. В них проглядається сприйняття своєї роботи як однієї із складових самоідентифікації. Вони не бачать власну роботу як одну із частин власної ідентичності в класовій системі. На рівні з громадсько-волонтерською діяльністю та економічними складовими, робота є однієї із частин загальної самоідентифікації. Можна припустити про те, що фермери мають розгалужену систему ознак, на основі яких вони вибудовують власну ідентичність.

Студенти вирізняються поміж інших професійних груп своїм відданістю у питанні громадсько-волонтерською діяльністю. Для них дана складова є головною у побудові свого бачення себе як частини середнього класу, адже вони можуть не мати стабільної роботи, через що вони можуть направити власні ресурси на інші сфери, наприклад активна участь у громадських організаціях тощо.

Останнє, що можна сказати в результатах дослідження – це ті ознаки, які були вказані респондентами та які не були вказані в анкеті. Більшість респондентів не вказували певних речей, які вони сприймають як частину

самоідентифікації. Водночас, деякі респонденти вказували на те, що вони бачать як частину власної ідентичності в середньому класі активну участь у виборах. При цьому, респонденти не вказували на те, що вони мають певні стабільні політичні преференції. В даному випадку, респонденти вказували, що участь у виборах є необхідною через те, що вибори є актом проявлення волі середнього класу. Але водночас респонденти вказували, що такі ознаки не є важливими та вирішальними у самоідентифікації.

Також декілька респондентів вказували на те, що на їх самоідентифікацію впливає рівень освіченості та «культурного виховання». Респонденти вказували, що під цими поняттями вони вказували рівень залученості індивідів у культурне життя сучасного суспільства. Водночас, варто визнати те, що і даний критерій респонденти, які вказували на нього, не вважали вирішальним для формування самоідентифікації.

Останні критерії можна визнати такими, що можуть бути для деяких представників середнього класу атрибутами, які доводять їм про те, що вони є приналежними до середнього класу. Вони не є основними, але і відкинутими вони не можуть бути. Більше про дані атрибути можна буде прочитати у розділі «Рекомендації».

Висновки з розділу III

З чотирьох гіпотез, які були висунуті під час дослідження, підтвердженими стали три – про вплив економічних факторів, вплив громадсько-волонтерської активності та вплив професійної діяльності.

Остання гіпотеза була відкинута як така, що не підтвердилася, а саме гіпотеза про вплив місця проживання на самоідентифікацію представників середнього класу.

Представники середнього класу вказували економічні чинники як головні при формуванні власної ідентичності в якості представників середнього класу. Другими за важливістю стали чинники громадсько-волонтерської активності.

Інші чинники, які можуть бути складовою формування самоідентифікації, але вони не є універсальними для всіх професійних груп – це належність до певної професійної групи, громадянська активність під час виборів та рівень освіченості.

ВИСНОВКИ

Метою даного дослідження стояло визначення тих проблем, які виникають при вивченні самоідентифікації середнього класу в Україні. Воно ставило собі за завдання визначити те, як саме вивчалось питання самоідентифікації середніх класів в країнах Центрально-Східної Європи, які мають спільний з Україною шлях розвитку середнього класу, сформулювати методологію дослідження та аналіз того, як саме було проведено дослідження.

Вивчення досвіду інших країн в порівнянні з Україною показало те, що остання має особливий шлях розвитку власного середнього класу, а також його самоідентифікації через складні історичні перипетії, які відбулися та відбуваються в Україні з 1991 року. Це показує також і те, що вивчення самоідентифікації середнього класу в Україні є хорошим способом виявлення нових форм, через які може проявлятися самоідентифікація середнього класу.

Також можна заявити, що дане дослідження ставило собі за мету виявити особливості, які самоідентифікація середнього класу в Україні може кардинально відрізнятися від тієї, що присутня в сусідніх країнах, що також мали досвід розвитку в умовах побудови планової економіки.

Методологічна частина показала те, що вивчення самоідентифікації варто проводити в рамках якісних методів, адже такі поняття як визначення власної приналежності до певного соціального класу чи самоідентифікація може бути показана не тільки з перспективи кількісних методів дослідження, але і з якісних. Глибинні напівструктуровані інтерв'ю показали, що вивчення аспектів середнього класу може бути показане зовсім з іншої сторони.

Результати дослідження показали, що самоідентифікація всередині середнього класу в Україні є багатогранним явищем, що вимагає подальшого вивчення для детальнішого опису даного явища в сучасних умовах впливу

повномасштабної війни на українське суспільство та середній клас в тому числі.

Можна заявити про те, що дане дослідження є таким, що вдалося. Основні завдання та гіпотези, які були поставлені під час формування дослідження, були вивчені та проаналізовані. Це показує те, що подальші дослідження у даному плані є досяжними і мають науковий та академічний потенціал в майбутньому. Також варто відмітити той факт, що подібні дослідження можуть стати в нагоді під час вивчення більш масштабних питань, пов'язаних з тематикою середнього класу в Україні, а саме визначення охоплення середнього класу серед населення України, основних ознак, за якими можна описати середній клас в Україні тощо.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

В рамках проведення даного дослідження варто також сформулювати деякі рекомендації, які можуть в майбутньому стати в нагоді під час нових досліджень питання самоідентифікації середнього класу в Україні.

Перша за все – необхідність у більш масштабних дослідженнях. Дане дослідження є камерним, через що деякі аспекти питання самоідентифікації середнього класу в Україні могли бути пропущені. Більш масштабні дослідження з більшою кількістю респондентів можуть дати нові результати, які можуть дати неочікувані висновки.

Наступне – наступні якісні дослідження повинні охоплювати більшу кількість соціальних груп, вікових категорій тощо. Дане дослідження було акцентоване на вивченні підприємців у місті та селі, працівників державних комунальних закладів та студентів. Водночас, існують інші соціальні групи, які можуть бути описаними як середній клас і чий представники можуть самоідентифікувати себе у такий спосіб. Охоплення більшої кількості соціальних груп дасть краще уявлення про те, наскільки середній клас в Україні є обширним.

Третє – це вивчення ймовірного статевого впливу на самоідентифікацію середнього класу. На відміну від країн Північної Америки та Західної Європи, де питання феміністичного середнього класу вивчається в академічній сфері, в Україні поки що недостатньо вивчена. Можливе дослідження впливу на сприйняття жінок себе як представниць середнього класу може посприяти розширенню загального питання самоідентифікації представників середнього класу.

Дані рекомендації були сформульовані під час проведення глибинних інтерв'ю та опису результатів дослідження. Через недостатню кількість часу та ресурсів деякі аспекти питання самоідентифікації середнього класу в Україні не були

охоплені. Водночас, дане дослідження може стати поштовхом для подальшого вивчення даної тематики, яке має потенціал для великої кількості відкриттів.

Остання рекомендація, яка може бути дана в контексті даного дослідження – це вивчення тих атрибутів представників середнього класу, про які деякі респонденти заявляли на інтерв'ю. Мається на увазі атрибути активної виборчої поведінки представників середнього класу (мається на увазі участь у виборах), а також культурний аспект, який може бути притаманним в контексті самоідентифікації середнього класу в Україні.

Список джерел і наукової літератури

1. World Bank. Gini Index for Ukraine [Електронний ресурс] / World Bank. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI?name_desc=false&locations=UA.
2. Сало Я. В. Середній клас: проблеми формування / Я. В. Сало. // Електронне наукове фахове видання. – 2016. – №4. – С. 271–277.
3. Савченко В. Ф. Шокова терапія: польські здобутки, прорахунки і невдачі українських реформаторів / В. Ф. Савченко, М. Г. Долгополов. // Вісник Чернігівського Державного Технологічного Університету. – 2014. – С. 14–21.
4. Crăciun M. The Middle Class in Post-socialist Europe: Ethnographies of Its “Good Life.” / M. Crăciun, Ș. Lipan. // East European Politics and Societies. – 2020. – №34(2). – С. 423–440.
5. Długosz P. Private Lessons as an Instrument For Middle Class Status Struggle In Postsocialist Societies: Poland and Ukraine Case Studies / Piotr Długosz. – 2015.
6. Mrozowski A. Habitus, Reflexivity and the Transformation of Self. Biographical Identities of Workers and Business People in Post-Socialistic Poland / A. Mrozowski, M. Domecka. – 2005.
7. Лібанова Е. М. Трансформаційні процеси, соціальна стратифікація і перспективи становлення середнього класу / Елла Марленівна Лібанова. – С. 34–60.
8. Центр Разумкова. Середній клас в Україні: Уявлення та реалії [Електронний ресурс] / Центр Разумкова. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2016_Seredn_klas.pdf.
9. Aleksandrova O. Postmaidan Ukraine: Middle Class in the Shadow of Reforms / O. Aleksandrova, R. Dodonov, N. Vinnikova. – 2019.

10. Chornomord Y. In The Search of the Middle Class: Problems and Prospects for the Development / Y. Chornomord, O. A. Mkrtychan. // Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (31 березня 2020 року). – 2020.
11. Паславська О. Становлення та розвиток волонтерського руху в Україні (історико-правове дослідження) / О. Паславська // Актуальні проблеми правознавства. - 2016. - Вип. 4. - С. 22-28.
12. Соціоінформ. Благодійність у часи війни [Електронний ресурс] / Соціоінформ, Zagoriy Foundation. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://zagoriy.foundation/wp-content/uploads/2022/08/blagodijnist-u-chasy-vijny.pdf>.
13. Giddens A. Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. / Anthony Giddens., 1991. – (Stanford university press).
14. Головне управління статистики у Львівській області. Демографічна ситуація [Електронний ресурс] / Головне управління статистики у Львівській області – Режим доступу до ресурсу: http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/help/gender/description_2_1.htm.
15. Центр Разумкова. Середній клас в Україні: Критерії ідентифікації [Електронний ресурс] / Центр Разумкова. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2014_ser_klass_kryterii_ident.pdf.
16. Державна служба статистики України. Чисельність наявного населення України на 1 січня [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України // 2022 – Режим доступу до ресурсу: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/05/zb_%D0%A1huseInist.pdf.
17. Гавриш В. М. Середній клас і мале підприємництво в Україні [Електронний ресурс] / В. М. Гавриш, В. В. Овчаренко – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/3036/1/Gavrish.pdf>.

18. Андронік О. Л. Стратегія державної підтримки становлення середнього класу / О. Л. Андронік // Вісник Донецького національного університету: Серія В. Економіка і право. – Донецьк: ДонНУ, 2013. – № 2. – С. 10–16 (1,0 д.а.).
19. Алмашій А. Становлення політичної суб'єктності студента у трансформованих суспільствах / Альона Алмашій. // Збірник наукових праць. – 2021.
20. Stamenova S. Subjective Middle Class Identification in Some Post-Communist European Countries [Електронний ресурс] / Svetlana Stamenova. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/320403901_SUBJECTIVE_MIDDLE_CLASS_IDENTIFICATION_IN_SOME_POST-COMMUNIST_EUROPEAN_COUNTRIES.
21. Felson M. K. Conspicuous Consumption and the Swelling of the Middle Class in America / Marcus Kruke Felson., 1973.
22. Hiller P. The Subjective Dimension of Social Stratification: The Case of the Self-Identification Question. / Peter Hiller.

Анкета опитування респондентів

Перший блок питань – вплив економічних чинників на самоідентифікацію респондента середнього класу.

- 1) На вашу думку, чи ваш дохід відіграє важливу роль у вашому сприйнятті себе як представника середнього класу?
- 2) Як ви вважає, чи ваша матеріальна забезпеченість товарами для комфортного життя відіграє важливу роль у вашому сприйнятті себе як представника середнього класу?
- 3) На вашу думку, наскільки важливими для вас є економічна складова при визначенні власної самоідентифікації як представника середнього класу?

Другий блок питань – вплив громадсько-волонтерської активності на самоідентифікацію середнього класу.

- 4) Як ви вважає, чи ви є активним учасником громадських організацій чи волонтерських фондів?
- 5) Чи ви берете участь у волонтерській діяльності в теперішніх умовах?
- 6) Якщо так – яким саме чином ви берете участь у волонтерській діяльності?
- 7) На вашу думку, наскільки ваша громадська діяльність впливає на ваше сприйняття себе як представника середнього класу?

Третій блок питань – вплив місця проживання на самоідентифікацію представників середнього класу

- 8) Як ви вважаєте, чи є вплив вашого теперішнього місця проживання на ваше сприйняття себе як представника середнього класу?

- 9) На вашу думку, переїзд з міста в сільську місцевість змінило б ваше сприйняття себе як представника середнього класу? (Для фермерів питання звучало - На вашу думку, переїзд з сільської місцевості в місто змінило б ваше сприйняття себе як представника середнього класу)

Четвертий блок питань – вплив професії респондента на його сприйняття себе як представника середнього класу.

- 10) На вашу думку, чи ваша теперішня діяльність впливає на ваше сприйняття себе як частину середнього класу?
- 11) Якщо відповідь респондента була «так» - як саме вона впливає на ваше сприйняття?
- 12) Якщо відповідь респондента була «ні» - чому, на вашу думку, вона не впливає на ваше сприйняття?
- 13) Чи можете ви вважати, що вплив вашої теперішньої діяльності у майбутньому зміниться?

П'ятий блок питань – визначення ступеню впливу на самоідентифікацію представників середнього класу.

- 14) На вашу думку, які з вище обговорених факторів найсильніше впливають на ваше бачення себе як частину середнього класу?
- 15) Як ви вважаєте, а які саме фактори з вище перерахованих факторів найменше впливають на ваше бачення себе як частини середнього класу?
- 16) Чи маєте ви інші, не проговорені протягом інтерв'ю фактори, які впливають на ваше сприйняття себе як частину середнього класу?