Ukrainian Institute for the Future

КШДУ
імені Сергія Нижного

ПОРТРЕТ УКРАЇНЦІВ ОЧИМА УКРАЇНЦІВ

ХТО МИ?

Ukrainian Institute for the Future

Автори:

Вадим Денисенко
виконавчий директор Українського інституту майбутнього

Віктор Андрусів
виконавчий директор Київської школи державного управління ім. Сергія Нижного

Олександр Шульга
доктор соціологічних наук

Олег Синаюк
директор та засновник компанії «Нью Імідж Маркетинг Груп»

Ілія Куса
експерт з міжнародної політики Українського інституту майбутнього

Ігор Тишкевич
експерт програми «Міжнародна та внутрішня політика» Українського інституту майбутнього

Ігор Попов
експерт з політичних питань Українського інституту майбутнього

Андріан Прокіп
експерт програми «Енергетика» Українського інституту майбутнього

ЗМІСТ

2 **Загальні висновки**

4 **Результати соціологічного дослідження**

4 Інформація про соціологічне дослідження

7 Путін як головний рушій формування української нації

10 Особливості любові до Європи

17 Антропоцентризм українців

22 Розкол між молоддю і старшим поколінням

34 Окремий регіон Донбас

40 Герої та відсутність майбутнього

47 Примітивне бачення майбутнього

50 **Результати фокус-групових досліджень**

50 Інформація про фокус-групові дослідження

52 Опис українців

53 Бути українцем

54 Кредо українця

55 Символи та визначні постаті

56 Приналежність до культури

57 Відмінності від росіян

58 Цінності

59 Українська мрія

60 Підсумки 30 років незалежності

61 Позитивний імідж України в світі

62 Оцінюючи президентів України

63 Тези про сучасну Україну

65 Тези про майбутню Україну

66 Майбутні виклики

67 **Висновки**

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Український інститут майбутнього презентує результати фокус-групових та соціологічного досліджень на тему: **«Хто ми: Портрет українців очима українців»**.

Соціологічне дослідження було проведене серед **5000 респондентів** у **п'яти макрорегіонах України**: Захід, Схід, Південь, Центр та Донбас.

Зокрема були проведено **12 фокус-групових досліджень** (ФГД) у різних регіонах України. Одне ФГД включало **8 учасників**, тож загалом участь у дослідженні взяло **96 респондентів**.

Серед головних висновків потрібно виділити, що ключова проблема українців як нації сьогодні полягає у тому, що у нас немає розуміння майбутнього. Тобто головним недоліком є те, що питання майбутнього не артикулюється державою, адже на цьому рівні дане поняття також досить розмите. Тож у зв'язку з тим, що розуміння майбутнього відсутнє майже у більшості українців, варто зрозуміти, що така нація має величезні психологічні проблеми, що унеможливлює її розвиток та самоідентифікацію.

Також одна з головних проблем українців полягає у тому, що за 30 років незалежності у нас не з'явилися справжні національні герої і гідні приводи для гордості. Тому пошук цих приводів сягає Козацької доби, яка дуже героїзується і навколо якої будується велика частина національного міфу. Водночас у сучасності немає серйозного приводу для гордості, окрім спортивних досягнень.

Серед речей, які треба виділити також є той факт, що наразі існує певний розкол між молодшим та страшим поколінням. Тобто фактично у нас утворюється умовні дві різні «країни»: одна складається із покоління від 18 до 30 років, а інша 40+ років. За суттю це виявляється у ставленні до переважної більшості запропонованих у соціологічному опитуванні тем – від розуміння того, ким є українці до бачення майбутнього нашої країни.

Проте серед великих плюсів потрібно визначити, що переважна більшість опитаних українців вважає, що Україна – не Росія. Ба більше, різниця у наших цінностях свідчить про те, що ми відносимося до різних цивілізаційних просторів.

Якщо ж говорити про географічний розкол у країні, то у нас де-факто виділяється окремий регіон Донбас. Відповіді мешканців цього макрорегіону на усі питання політичного, соціального та психологічного характеру різко відрізняються від отриманих відповідей в усіх інших макрорегіонах. Найяскравішим доказом цього слугує те, що за результатами дослідження, умовна концепція «Україна Віктора Януковича» залишається найближчою саме для мешканців Донбасу.

В цілому українці готові рухатись у європейському напрямку, проте поняття «європейські цінності» для них є дуже обмеженим. Тобто Європа сприймається ними як втілення добробуту, матеріальних благ та покращення життя. Але водночас українці не хочуть чути про сприйняття інших цінностей. Наприклад, щодо таких питань як ставлення до ЛГБТ-спільнот, то загалом ми не сильно відрізняємось від усіх інших пострадянських країн.

I РЕЗУЛЬТАТИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета: Оцінка соціально-політичних настроїв населення України

- **Географія:** Україна (національний проєкт)
- **Обсяг вибірки:** 5000 респондентів
- **Терміни проведення:** 17.07-01.08.2021
- **Методологія:** Опитування face-to-face за структурованою інтерактивною анкетою на планшеті з використанням власного програмного забезпечення для проведення опитувань «LEMUR».
- **Дизайн вибірки:** Генеральна сукупність опитування становить **30 842 531** жителів України (крім тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей, АР Крим) віком від 18 років і старше. Обсяг вибіркової сукупності становить **5000** респондентів – національний розріз; 1000 респондентів – у кожному з п'яти виділених макрорегіонів (Захід, Центр, Південь, Схід, Донбас). Регіональні вибірки є пропорційно стратифіковані за ознакою «тип населених пунктів — міські/сільські», загальна вибірка є пропорційно стратифікованою за ознаками «макрорегіон (Захід, Центр, Південь, Схід, Донбас)» і «тип населених пунктів — міські/сільські». За типом побудови вибірки є триступеневі, комбіновані — ймовірнісні на щаблі відбору населених пунктів та початкових адрес для маршрутів опитування, із квотним скринінгом на щаблі відбору респондентів. У цілому вибірки репрезентують доросле населення України (віком 18 років і старше*) на національному рівні та окремо на рівні макрорегіонів. Для аналізу на національному рівні було застосоване перезважування отриманих даних на рівні регіонів.

Статистична похибка для вибіркової сукупності в цілому з ймовірністю **0,95** не перевищує **1,41%****, на регіональному рівні – **3,16%****.

**Дані Банку даних Державної служби статистики України за 2019 рік: database.ukrcensus.gov.ua/MULT/Dialog/statfile.asp?*

*** Теоретична похибка без урахування вибіркового дизайн-ефекту*

Макрорегіон	Області
Захід	Волинська область Закарпатська область Івано-Франківська область Львівська область Рівненська область Тернопільська область Хмельницька область Чернівецька область
Центр	Вінницька область Житомирська область Кіровоградська область Київська область (включаючи м. Київ) Полтавська область Черкаська область Чернігівська область
Південь	Запорізька область Миколаївська область Одеська область Херсонська область
Схід	Дніпропетровська область Сумська область Харківська область
Донбас	Донецька область Луганська область

Віктор Андрусів
виконавчий директор
Київської школи державного управління імені Сергія Нижного

01 ПУТІН ЯК ГОЛОВНИЙ РУШІЙ ФОРМУВАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІЇ

У липні 2021 року президент РФ Володимир Путін опублікував статтю про «Історичну єдність українців і росіян». Його статтю було опубліковано до річниці Хрещення Київської Русі, а цю статтю – до 30-річчя Незалежності України.

Тож варто почати з дуже важливого відкриття – Путін не увійде в історію як «збирач російських земель» чи «відновлювач російської величі». Він увійде в історію як людина, яка зробила найбільше для формування української нації. Такий ось парадокс: людина, яка переконувала всіх, що українська нація – це продукт австрійського генштабу, зробила найбільший історичний внесок у формування нашого народу. Ми, звісно, не поставимо за це пам'ятник Путіну, але це страшний тягар, з яким він буде помирати, спостерігаючи, як після формування нашої нації, формується наша держава.

Це відкриття – не просто голослівна заява. Це факт, який буде детально доведений нижче. Але аргументація не відбуватиметься у ході суперечливих історичних дискусій. Бо, на жаль, історія часто підробляє аргументи, обслуговуючи переможців. Зрештою, достатньо того, що такі світові історики як Лорен Ріс відкрито назвали Путіна брехуном. Тому доведемо це на підставі дослідження, яке провів Український інститут майбутнього **«Хто ми: портрет українців очима українців»**.

Почнімо з головного. Вся стаття Володимира Путіна присвячена спробі розповісти, що українці і росіяни – один народ. Тут маємо для президента РФ особливо погані новини. Ми спитали в українців, з якими народами вони відчувають близькість. Так-от, всього **22%** респондентів сказали, що відчувають близькість з росіянами, ще **18%** – з білорусами, і **16%** – з поляками (див. табл. 5).

Цей відсоток є нижчим за кількість людей, які розмовляють російською і обома мовами в побуті (**24,4%** і **26,9%** відповідно, за даними Центру соціального моніторингу). Тобто навіть російськомовні в Україні не відчувають близькості з росіянами. Зрозуміти масштаб цього досягнення можна порівнявши з іншими даними. Так, у 2007 році росіяни за середньою оцінкою були ближчі для більшості українців, ніж мешканці Галичини, Волині, Буковини, Закарпаття (6,9 балів, у порівнянні з 6, 6, 6, 5,9 відповідно, за даними Центру Разумкова).

Безперечно, Путіну варто було б дізнатись, чим саме українці і росіяни відрізняються, на думку самих українців: **27%** вважають, що ми більш працьовиті, **22%** – більш волелюбні, **21%** – більш хазяйновиті, **19%** – більш відкриті, **19%** – більш щирі, **19%** – більш демократичні (див. табл. 6).

Ми не просто знаємо, що ми не один народ, ми ще й дуже чітко розуміємо, у чому полягають наші ключові відмінності.

Таблиця 1. Чи діють в Україні сьогодні радянські цінності (колективізм, рівність, головна роль держави перед громадянином тощо)?

Однозначно діють	8
Скоріше діють	19
Скоріше не діють	**25**
Однозначно не діють	**38**
Важко сказати	10

Друге, ми запитали, які нові цінності відзначили б українці, **45%** визнали новою цінністю свободу слова, **31%** – можливість критикувати владу, а **24%** – можливість протестувати (див. табл. 11). Що спільного з такими цінностями може бути особисто у вас, пане Путін? Немає сумнівів, що подібний народ РФ ніколи б не назвала своїм.

Продовжуючи тему цінностей, ми поцікавились, які цінності українці б визнали європейськими, серед них зокрема: **34%** – назвали свободу слова, **33%** – рівність всіх перед законом, **27%** – захист приватної власності, **25%** – верховенство права (див. табл. 7). Це вже не просто не про «один народ» – це вже про різні цивілізації. У своїй статті Путін звинуватив нас у тому, що ми – проєкт «Антиросія», але наші нові цінності свідчать, що ми є проєктом «Захід». Тому станом на сьогодні, сам Володимир Путін перетворить Росію на проєкт «Антизахід», у якому Україна вже ніколи не зможе взяти участі.

Ще один цвях у «труну ідеї про єдність народів»: **50%** сказали, що кредо (життєвим гаслом) українців є «Слава Україні».

Таблиця 2. Яким кредо (життєвим гаслом) послуговуються на думку громадян сучасні українці?

«Слава Україні!»	**50**
«Героям слава!»	**34**
«Чекаємо змін»	**24**
«Вижити»	18
«Україна понад усе»	16
«Все дістало»	16
«Заробити»	16

«Слава націй, смерть ворогам»	11
«Моя хата з краю»	11
«Воля, свобода понад усе»	8
Інше	1
Важко відповісти	2

Так думають навіть **45%** мешканців Донбасу (див. табл. 29). Наша «іншість», «окремішність» виражається не в ненависті до росіян, а в розумінні власної цінності. Ми прийняли свою історію, і нашим гаслом стало вітання борців за нашу Незалежність. І це не та історія, яку президент РФ розповів у своїй статті.

Нації створюються століттями, і ми – не виняток. Сотні років пішли на те, щоб ми стали повноцінною європейською нацією. Завдяки агресії Путіна нам вдалось успішно завершити цей процес за останні 7 років. Ми чітко зрозуміли нарешті, хто наш справжній ворог, чим ми від нього відрізняємося і чому ніколи не бути нам разом. Питання, які десятками років роздирали наше суспільство – отримали відповіді з першими російськими солдатами в Криму.

Перед нами ще стоїть багато викликів. Не маючи єдиної нації, нам так і не вдалось збудувати сильні державні інституції. Наші політики останні 30 років здебільшого нагадували пуделів (за висловленням Бісмарка), які не знали, хто їх господар і куди їм бігти. Але цей період дійшов свого завершення. Хто б не був при владі в Україні, він може рухатись тільки в одному напрямку – на Захід. Хто б і як не намагався здати наші національні інтереси, з 2014 року він буде закінчувати так, як останній прихвостень Росії Янукович. Урок, який тільки належить вивчити Москві: ви маєте справу в Україні не з Порошенком чи Зеленським, ви маєте справу з народом, у якого нарешті виріс хребет, і щоб зламати його, потрібні зовсім інші сили, ніж зламати хребет якимось нашим політикам.

На завершення. **Україна розпочинає нову главу своєї історії.** Завершивши процес націєтворення, ми переходимо до будівництва наших українських політичних інститутів. А це означає, що в наступні десятиліття ми розбудуємо ефективне управління, сформуємо нову політичну еліту, і отримаємо при владі справжніх державників. Водночас «імперія Путіна» буде дряхліти разом з ним, і його панічним страхом втратити владу. Нам не буде легко, бо Росія вже точно не сидітиме без діла. Але всі її зусилля будуть приносити їй протилежні результати. Історія прирекла Росію на страшну, цілком заслужену муку – дивитись, як росте, міцнішає і розвивається держава, яку вона прагнула знищити понад усе.

02 ОСОБЛИВОСТІ ЛЮБОВІ ДО ЄВРОПИ

Ставлення українців до Європи та європейських цінностей пояснюється одразу кількома підходами, які одразу виділяються у відповідях респондентів.

По-перше, українці сприймають європейські цінності більше через матеріально-економічні та правові категорії, аніж у духовно-культурному та морально-етичному контексті. **По-друге**, для більшості українців вони асоціюються із загальним розумінням соціальної справедливості, порядку та економічного добробуту, а не з інклюзивністю, космополітичністю, відкритістю і толерантністю до інших. Також більшість українців не готові прийняти повністю європейські цінності у тому вигляді, в якому вони існують у сучасному ЄС, вирізняється дихотомія між цінностями, які «зручні» та «зрозумілі» і цінностями, які «незручні» та «нетрадиційні» – особливо це видно на прикладі ставлення більшості українців до представників ЛГБТ-спільнот. Та зокрема прийняття європейських цінностей у значної частини українців базується на виключно позитивному образі Європи, певних формах комплексу меншовартості та відсутності критичного мислення щодо європейських цінностей та норм.

Як і дана соціологія, так і попереднє дослідження у фокус-групах, показало, що значна частина українців розуміє європейські цінності виключно через призму верховенства права, економічного процвітання та свободи, як можливості робити все, що завгодно, але водночас мати усі можливі блага. Іншими словами, більшість українців сприймають європейські цінності більше через категорії порядку, законності, рівності, справедливості та багатства, а не через категорії індивідуалізму, свободи віросповідань, прав людини, свободи мислення та висловлення думок, свободи самовираження, толерантності або інклюзивності.

Зокрема у питаннях щодо визначення європейських цінностей, усі вікові групи були солідарні у тому, що це, насамперед, **гідна оплата праці** *(42% - 46%)*, **гідні умови праці** *(38% - 43%)*, **свобода слова** *(33% - 38%)*, **рівність усіх перед законом** *(31% - 35%)* та **права ЛГБТ-спільноти** *(10% - 26%)*.

Таблиця 3. Що таке, на думку різних поколінь, європейські цінності?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Гідна оплата праці	45	46	42
Гідні умови праці	43	43	**38**
Свобода слова	**38**	34	33
Рівність усіх перед законом	30	**35**	31
Права ЛГБТ-спільноти	**26**	15	**10**

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Цінність вищої освіти	**25**	20	**17**
Захист приватної власності	24	**29**	26
Сім'я	24	23	23
Здоров'я	24	24	24
Верховенство права	**21**	26	27
Добробут	21	24	23
Підтримка незахищених верств	21	22	21
Індивідуалізм	**19**	14	12
Можливість критикувати будь-яку владу	17	16	17
Можливість виходити на протести	15	18	19
Підприємницький дух	14	13	12
Патріотичні цінності	14	12	14
Інклюзивність	12	11	8
Інше	0,3	1	2
Важко відповісти	8	10	14

Але при цьому, на питання, які з європейських цінностей українці сприймають, більшість віддавали перевагу, знову таки, більш приземленим, прагматичним та консервативним категоріям, пов'язаним із власним соціально-економічним добробутом:

- **сім'я** *(42% - 46%)*
- **гідна оплата праці** *(35% - 41%)*
- **гідні умови праці** *(33% - 39%)*
- **свобода слова** *(26% - 37%)*
- **здоров'я** *(36% - 39%)*
- **добробут** *(27% - 31%)*
- **рівність усіх перед законом** *(25% - 29%)*
- **захист приватної власності** *(19% - 22%)*

Таблиця 4. Які європейські цінності сприймають різні покоління?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Сім'я	44	46	42
Гідна оплата праці	39	41	**35**
Гідні умови праці	**39**	39	**33**
Свобода слова	**37**	28	**26**
Здоров'я	36	39	39
Добробут	27	33	31
Рівність усіх перед законом	25	29	25
Захист приватної власності	19	22	19
Цінність вищої освіти	16	13	11
Індивідуалізм	**15**	9	**5**
Можливість критикувати будь-яку владу	14	11	12
Верховенство права	12	15	16
Патріотичні цінності	12	12	13
Підтримка незахищених верств	11	13	**16**
Можливість виходити на протести	10	10	10
Підприємницький дух	10	8	7
Права ЛГБТ-спільноти	8	3	2
Інклюзивність	6	6	4
Інше	0,1	1	2
Важко відповісти	6	8	12

У дослідженні фокус-груп «Хто ми?» чимало українців називали свою «прихильність до європейських цінностей» саму по собі цінністю кожного українця, хоча й не серед перших. Для більшості українців відчуття приналежності до Європи (а отже і до загальних європейських ритуалів, образів та культурних кодів) є дуже важливою для самоідентифікації українців, для їхнього самосприйняття і усвідомлення себе як певної частини світу. Тому і Європа постає для більшості українців виключно у позитивному ключі, без цілісної картинки європейської дійсності та критичного розуміння європейських цінностей як таких.

Однак разом із тим, жага українців стати частиною європейського цивілізаційного простору обмежується лише тими поняттями та аспектами, яких не вистачає у самій Україні: повага до законів, свобода слова, верховенство права, стабільність та порядок, рівність усіх перед законом тощо. Українці схильні проєктувати свої внутрішні недоліки на розуміння суті європейських цінностей. Цим пояснюється несприйняття українцями «незручних» для їхнього світогляду та менталітету таких цінностей, як захист прав ЛГБТ-спільноти, гендерної рівності або визнання ідентичностей.

У цьому полягає, мабуть, певний парадокс самоідентифікації українців відносно світу та Європи. Ми хочемо бути Європою, визнаємо себе Європою географічно, але прагнемо туди, нібито це інший світ, який нам недоступний, і який кращий в усьому. Утім, лише **0,5%** українців визнають себе європейцями в першу чергу і лише **1%** в другу чергу. Вони не ідентифікують себе як європейці, адже це поняття для багатьох — скоріше цивілізаційно-культурне та морально-етичне. Навіть серед молоді частка тих, які вважають себе європейцями сягнула лише **0,6%**. А у питанні щодо того, із якими народами українці відчувають близькість, **34%** та **35%** сукупно обирали своїм першим а другим вибором росіян і білорусів відповідно.

Таблиця 5. З якими народами громадяни відчувають близькість?

	Перший вибір	Другий вибір	Третій вибір
Росіяни	**22**	**12**	5
Білоруси	**18**	**17**	7
Поляки	**16**	**10**	9
Грузини	5	4	4
Литовці	2	3	3
Молдавани	2	3	5
Американці	2	2	2
Німці	1	2	3
Латвійці	1	1	1
Азербайджанці	1	1	1
Вірмени	1	1	1
Чехи	1	3	4
Словаки	1	2	3
Румуни	1	1	1
Казахи	0,5	1	2
Естонці	0,5	1	1
Угорці	0,4	1	1
Французи	0,4	1	1
Британці	0,3	1	0,5
З жодним	12	17	23
Інше	3	3	2
Важко відповісти	9	15	22

Це також видно по тому, як українці сприймають самих себе по відношенню до інших народів, зокрема поляків, білорусів та європейців загалом. На їхню думку, Україна відрізняється від Європи не відсутністю толерантності, прав, інклюзивності, відкритості суспільства, а певними негативними рисами, якими наші громадяни самі себе наділяють, виокремлюючись ними від інших (за винятком росіян): **схильність до кумівства** *(12%)*, **менше дотримання законів** *(15%)*.

При цьому, українці вважають себе менш волелюбними, вихованими, схильними до поваги до інших народів, зокрема до поляків та європейців зокрема. Це показує суттєву кризу самосприйняття та закомплексованість українців перед сусідами, які вважаються кращими за них.

Навіть білоруси постають кращими за українців, єдине в чому вони програють на думку респондентів – **у демократичності** *(14%)* та **волелюбності** *(15%)*. Однак це, скоріше за все, вплив політичних подій у Білорусі останнього року. А для **34%** українців різниці між ними та білорусами взагалі немає.

Таблиця 6. Чим, на думку громадян, українці відрізняються?

	Від росіян	Від білорусів	Від поляків	Від європейців загалом
Більш працьовиті	**27**	7	19	18
Волелюбні	**22**	**15**	7	9
Більш хазяйновиті	**21**	6	8	10
Більш відкриті	**19**	9	12	14
Більш щирі	**19**	8	12	12
Більш демократичні	**19**	14	4	4
Готові до протестів	**17**	**13**	4	5
З повагою ставляться до інших націй	**14**	5	6	8
Менш жорстокі	**14**	4	5	5
Більш виховані	**14**	4	6	6
Менш агресивні	**12**	3	5	4
Більш довірливі	**11**	6	10	13
Більш релігійні	**11**	4	5	6
З меншою повагою ставляться до влади	8	5	6	**12**
Сильним кумівством	6	4	6	**12**
Не готові жити за законом	5	3	7	**15**
Більш хитрі	5	4	5	7
Менш терплячі	5	5	3	5
Менш підприємливі	2	2	6	8
Більш ліниві	1	1	3	5
Інше	3	3	6	8
МАЙЖЕ НЕ ВІДРІЗНЯЄМОСЬ	19	**34**	15	8
Важко відповісти	4	14	21	15

Опитування щодо сприйняття тих чи інших цінностей показують суттєвий розрив між культурним та матеріальним розумінням європейських цінностей. Зокрема лише **4%** українців відповіли, що сприймають права ЛГБТ-спільноти як цінність для себе, тоді як більшість схильні були віддавати перевагу таким цінностям, як **сім'я** *(23%)*, **гідна оплата праці** *(44%)*, **гідні умови праці** *(42%)*, **свобода слова** *(34%)*, **рівність усіх перед законом** *(33%)* і з**ахист приватної власності** *(27%)*. Знову, всі категорії, пов'язані з відчуттям особистої безпеки, контролю, прогнозованості та стабільності.

Таблиця 7. Що таке, на думку громадян, європейські цінності та їхнє сприйняття?

	Європейські цінності	Які з них близькі?	Які з них не сприймаєте?
Гідна оплата праці	44	38	2
Гідні умови праці	41	37	2
Свобода слова	34	29	3
Рівність усіх перед законом	33	27	3
Захист приватної власності	27	20	2
Верховенство права	25	15	4
Здоров'я	24	39	1
Сім'я	23	44	
Добробут	23	31	1
Підтримка незахищених верств	21	13	2
Цінність вищої освіти	20	13	3
Можливість виходити на протести	18	10	8
Можливість критикувати будь-яку владу	17	12	8
Права ЛГБТ-спільноти	15	4	37
Індивідуалізм	14	8	6
Підприємницький дух	13	8	2
Патріотичні цінності	13	13	2
Інклюзивність	10	5	3
Інше	1	1	3
Важко відповісти	11	9	35

А от толерантність до інших культур, рас і релігій, захист прав сексуальних меншин, гендерна рівність та інші невід'ємні ціннісні орієнтири сучасної Європи поділяються не усіма українцями, і навіть серед молоді ці цінності не займають перших місць. Хоча молоді люди все ж більш прихильно до них ставляться, аніж консервативне і більш патерналістське старше покоління. Наприклад, права ЛГБТ-спільноти як європейська цінність не сприймається респондентами усіх вікових груп.

Отже, Європа у сприйнятті українців постає у доволі обмеженій та однобокій формі. Значна частина українців сприймають її за інструмент поліпшення власного соціально-економічного становища і запоруку мати свободу дій та робити все, що завгодно, але при цьому, щоб були порядок, стабільність, рівність, справедливість. Іншими словами, щоб були гарантії збереження незмінності звичного середовища та його правил. Інша, складніша частина європейських цінностей, пов'язана з нематеріальними речами, значною мірою не сприймається українцями, або вважається не пріоритетною і не надто важливою.

03 АНТРОПОЦЕНТРИЗМ УКРАЇНЦІВ

«Ти знаєш, що ти – людина? Ти знаєш про це чи ні?» – ці слова Василя Симоненка, які знають, мабуть, усі українці – не минули без сліду. Саме людиною найчастіше називають себе українці, відповідаючи на питання, ким вони себе вважають – **35%**. І це втричі частіше, ніж ідентифікація себе «українцем» – третя самоідентифікація за популярністю – **11%**. Загалом чітко відчувається превалювання людських цінностей над національними у свідомості громадян. Що цікаво, на другому місці, між людиною та українцем, була самоідентифікація «матері» – **13%**.

Таблиця 8. Ким вважають себе громадяни в першу чергу?

	Перший вибір	Другий вибір	Третій вибір
Людина	**35**	11	9
Мати	13	15	9
Українець/ка	**11**	8	13
Жінка	11	12	7
Громадянин	7	**13**	10
Бабуся	4	5	5
Чоловік	5	8	7
Батько	4	7	6
Християнин	3	3	5
Дідусь	2	3	2
Дружина	1	4	5
Син	1	2	3
Житель свого населеного пункту	1	2	5
Громадянин світу	1	2	2
Європеєць	0,5	1	2
Житель свого регіону	0,5	1	1
Дочка	0,4	2	3
Представник своєї професії	0,4	1	2
Інше	1	1	1
Важко сказати	1	1	3

Можна було б подумати, що це превалювання «людини» над «українцем» у самоідентифікації – наслідок радянщини, де так була популярна інша фраза – з п'єси Максима Горького, яку у Радянському Союзі знали, мабуть, теж усі – «Існує тільки людина, все ж інше – справа його рук і її мозку! Людина! Це чудово! Це звучить ... гордо!».

Але ні. Саме молодь називає себе людиною в першу чергу **значно частіше** – **51%** відповідей, порівняно із **26%** відповідей старшого покоління (категорія 55+). І водночас лише **8%** молоді вважає себе українцем, порівняно із **14%** старшого покоління.

Таблиця 9. Ким вважають себе різні покоління в першу чергу?

	Молодь 18-30 років	**Середній вік 31-54 роки**	**Старше покоління 55 + років**
Людина	**51**	36	**26**
Жінка	10	12	11
Українець/ка	**8**	9	**14**
Громадянин	8	7	7
Мати	7	15	13
Чоловік	6	5	3
Батько	2	6	2
Син	2	0,6	0,2
Дочка	2	0,2	0,2
Громадянин світу	2	1	0,3
Дружина	1	1	1
Християнин	0,8	2	4
Бабуся	-	1	8
Європеєць	0,6	0,4	0,4
Житель свого населеного пункту	0,5	0,8	1
Представник своєї професії	0,5	0,5	0,2
Житель свого регіону	0,1	0,5	0,6
Дідусь	-	0,7	4
Інше	0,7	0,2	1
Важко сказати	0.2	0,3	0,7

З іншого боку, ідентифікація себе людиною несе суттєво менше суперечностей у регіональних відмінностях самосвідомості. Так, людиною себе вважають майже однакова частка громадян у всіх регіонах країни **33-39%**. А тим часом, на Півдні українцем себе вважають втричі менше респондентів, аніж на Заході: **5%** проти **15%**. На Заході країни частіше називають українців патріотичними: **21 %** до **15 %** на Донбасі та Сході.

Таблиця 10. Ким вважають себе жителі різних регіонів в першу чергу?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Людина	33	34	35	39	34
Українець/ка	**15**	**13**	**5**	9	7
Мати	11	14	13	11	14
Жінка	9	11	13	13	12
Громадянин	6	7	8	9	9
Християнин	5	2	2	1	2
Чоловік	4	4	6	4	6
Батько	4	4	4	3	4
Бабуся	4	3	4	4	4
Дідусь	2	2	2	2	3
Дружина	2	1	2	0,5	1
Син	0,9	0,7	0,4	0,5	0,6
Житель свого населеного пункту	0,7	0,6	1	2	1
Громадянин світу	0,7	0,9	1	1	1
Представник своєї професії	0,5	0,4	0,3	0,3	0,2
Дочка	0,5	0,1	0,9	0,5	0,5
Європеєць	0,4	0,8	0,2	0,3	0,2
Житель свого регіону	0,4	0,3	0,8	0,4	0,7
Інше	0,5	0,5	1	1	0,5
Важко сказати	0,5	0,5	0,5	0,4	-

Що може виглядати більш парадоксальним – свобода слова та сім'я – дві найпопулярніші категорії основних нових цінностей українців – **45%** та **36%**. Натомість майже однаково часто цінностями називали **добробут** *(31%)*, **можливість критикувати владу** *(31%)* та **незалежність України** *(30%)*.

Таблиця 11. Якими є нові цінності в сучасній Україні та їхнє сприйняття?

	Нові цінності	Які з них сприймаєте?	Які з них не сприймаєте?
Свобода слова	45	38	6
Сім'я	36	**55**	2
Добробут	31	32	3
Можливість критикувати будь-яку владу	31	**19**	**15**
Незалежність України	30	25	4
Здоров'я	28	**43**	3
Патріотичні цінності	25	19	6
Можливість виходити на протести	24	**14**	**14**
Престижна робота	18	20	5
Територіальна цілісність	18	16	4
Рівність усіх перед законом	12	17	9
Підприємницький дух	12	9	4
Індивідуалізм	12	**11**	**10**
Цінність вищої освіти	10	12	7
Інше	3	1	6
Важко відповісти	8	6	42

І територіальні диспропорції у цінностях тут подібні. Майже однакове ставлення до сім'ї як ціннісної категорії – від **32%** на Сході до **40%** на Донбасі; до добробуту– **20-25%**, залежно від регіону. На Донбасі та Сході більше говорять про здоров'я як цінність та наявність престижної роботи, добробут в цілому.

Але суттєві розбіжності у відношенні до свободи слова: на Заході **55%** громадян розглядають її як цінність і лише **30%** на Донбасі. **29%** на Заході виокремлюють патріотичні цінності і лише **18%** – на Донбасі.

Таблиця 12. Якими є нові цінності в сучасній Україні на думку жителів різних регіонів?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Свобода слова	**55**	**48**	40	**37**	**30**
Можливість критикувати будь-яку владу	**33**	30	31	28	**26**
Можливість виходити на протести	**26**	27	24	**20**	**18**
Індивідуалізм	12	14	13	11	9
Цінність вищої освіти	8	11	13	8	11

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Підприємницький дух	10	14	14	13	10
Патріотичні цінності	**29**	26	21	23	**18**
Територіальна цілісність	16	20	19	15	15
Незалежність України	**33**	33	29	26	**23**
Сім'я	39	35	36	32	40
Здоров'я	7	26	27	24	**33**
Добробут	21	20	23	20	25
Престижна робота	16	17	20	17	**21**
Рівність усіх перед законом	10	14	13	10	15
Інше	1	2	4	3	8
Важко відповісти	6	8	11	7	9

Регіональні відмінності у сприйнятті національних цінностей є серед причин превалювання загальнолюдських цінностей у свідомості українців, але ж звісно, не єдиною причиною.

Загальнолюдські цінності можуть стати шляхом до згладжування розколу між регіонами у майбутньому, за умови правильної державної політики.

Також зазначимо, що тема сімейних цінностей взагалі відсутня в ідеологічному наративі держави, хоча сім'я є одним із головних ідентифікаторів українців.

04 РОЗКОЛ МОЛОДІ І СТАРШОГО ПОКОЛІННЯ

Українська молодь – за свободу без зобов'язань

Дослідження «Хто ми» дозволяє отримати картину сприйняття себе і світу українцями. А також – побачити, чим відрізняються покоління один від одного. І тут цікаві два моменти: показники серед покоління 18-30 років, оскільки саме ці люди будуть визначати напрямок розвитку країни та чіткий розкол між молодим і старшим поколінням.

Аналізуючи відповіді, ми зібрали показники в три основні групи:

01 Самоідентифікація та, особливо, позиціонування по осі індивідуалізм/колективізм;

02 Сприйняття держави і нації – символізм, проблеми і можливості;

03 Фактори успіху для країни і себе особисто.

Самоідентифікація: більше «я», менше «ми».

Молодь істотно відрізняється від інших поколінь за критерієм «ідентифікація себе як». Більше половини опитаних сказали «я – людина». Частота цієї відповіді практично у два рази більша серед молоді, ніж серед представників покоління 55+, які шукали самоідентифікації за гендерною, соціальною, або колективною ознакою (мати, чоловік/жінка, українець). При цьому, показник ідентифікації себе як представника нації (українець/ка) у молодого покоління найбільш низький.

Таблиця 13. Ким вважають себе різні покоління в першу чергу?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Людина	**51**	36	**26**
Жінка	10	12	11
Українець/ка	**8**	9	**14**
Громадянин	8	7	7
Мати	7	15	13
Чоловік	6	5	3
Батько	2	6	2
Син	2	0,6	0,2
Дочка	2	0,2	0,2
Громадянин світу	2	1	0,3
Дружина	1	1	1
Християнин	0,8	2	4
Бабуся	-	1	8
Європеєць	0,6	0,4	0,4
Житель свого населеного пункту	0,5	0,8	1
Представник своєї професії	0,5	0,5	0,2
Житель свого регіону	0,1	0,5	0,6
Дідусь	-	0,7	4
Інше	0,7	0,2	1
Важко сказати	0,2	0,3	0,7

В описі «характеристик українця» – того, як люди сприймають свою націю, так само помітний суттєвий крен у бік індивідуалізму. Перша трійка характеристик (за кількостю відповідей) збігається з вибором поколінь 31-54 і 55+ – це працьовиті, гостинні, щирі.

Таблиця 14. Якби різним поколінням треба було пояснити іноземцю, хто такі українці, вони б використали такі риси?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Працьовиті	59	58	**66**
Гостинні	40	41	40
Щирі	39	34	35
Хазяйновиті	34	34	37
Патріотичні	**27**	19	**15**
Волелюбні	**20**	15	**12**
Відкриті	**20**	13	**9**
Різні	**18**	15	11
Винахідливі	17	15	14
Терплячі	16	19	20
Довірливі	14	14	15
Добре пристосовуються до труднощів	14	15	11
Хитрі	12	11	11
Вільні	**12**	8	**5**
Здатні до нестандартних рішень	11	9	6
Не дотримуються закону	7	7	6
Козаки	7	5	3
Не здатні об'єднуватися	3	5	5
Ліниві	3	4	3
Пасивні	3	3	3
Інше	2	2	4
Важко відповісти	0,7	1	1

Проте молоде покоління вважає себе (і всіх українців) **більше волелюбними, різними, відкритими, вільними**.

Все це – ще одне підтвердження схильності до індивідуалізму. І, нарешті, пряма відповідь на питання «Якими є нові цінності в сучасній Україні?». **19%** молоді обрала «індивідуалізм», водночас у якості цінності його вказали лише **13%** українців у віці від 31 до 54 років і лише **9%** серед тих, хто старше 55 років.

Таблиця 15. Якими є нові цінності в сучасній Україні на думку різних поколінь?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Свобода слова	**54**	45	**41**
Можливість критикувати будь-яку владу	31	31	31
Можливість виходити на протести	24	24	25
Індивідуалізм	**19**	13	**9**
Цінність вищої освіти	**15**	10	**9**
Підприємницький дух	13	12	12
Патріотичні цінності	**29**	25	**22**
Територіальна цілісність	18	18	17
Незалежність України	**37**	29	29
Сім'я	34	35	38
Здоров'я	25	26	**31**
Добробут	17	22	22
Престижна робота	17	18	18
Рівність усіх перед законом	14	11	12
Інше	2	3	4
Важко відповісти	4	8	10

Сприйняття держави, нації, проблем і можливостей

У відповідях на питання про символи, які символізують Україну, помітна відмова від «борщового» символізму на користь державного і етнічного. У **60%** відповідей серед вибору (можливі кілька відповідей) був прапор, у **52%** – гімн, **46%** вказали мову, **36%** – герб і **29%** – вишиванку. Це більше, ніж показники старших поколінь. Проте варіанти «вареники», «борщ», «українська природа», «пісні» набирали помітно менше голосів. Такий вибір – перший крок до усвідомлення існування держави (а не території, населеної українцями).

Таблиця 16. Які головні символи для різних поколінь символізують Україну?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Прапор	**60**	51	**41**
Гімн	**52**	43	**33**
Мова	**46**	42	**37**
Тризуб	**36**	34	**25**
Вишиванка	**29**	30	**24**
Українські пісні	19	22	**28**
Борщ, сало, вареники	18	22	**24**
Українська кухня	18	18	20
Тарас Шевченко	16	14	15
Українська природа	12	11	13
Національний одяг	12	10	8
Паспорт	11	11	13
Рушник	10	9	8
Чорноземи	9	10	9
Українську музика	8	6	10
Українські Карпати	8	7	6
Лани пшениці	5	6	8
Леся Українка	4	4	5
Кобза, бандура	3	2	2
Жіночі вінки	1	2	2
Інше	1	2	2
Важко відповісти	0,5	1	2

Те саме з визначенням гасел або кредо життя українця. У молодого покоління однозначний вибір на користь «Слава Україні! - Героям слава!». Водночас інші варіанти, пов'язані з умовами життя, або шаблонами на кшталт «моя хата з краю», не демонструють популярності серед молодих респондентів.

Таблиця 17. Яким кредо (життєвим гаслом) послуговуються на думку різних поколінь сучасні українці?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
«Слава Україні!»	**60**	51	43
«Героям слава!»	**40**	34	30
«Чекаємо змін»	24	23	25
«Україна понад усе»	22	14	15
«Слава нації, смерть ворогам»	15	12	**8**
«Заробити»	14	17	16
«Все дістало»	13	16	16
«Моя хата з краю»	12	13	9
«Вижити»	**10**	18	**22**
«Воля, свобода понад усе»	9	8	9
Інше	0,3	0,7	2
Важко відповісти	0,9	2	3

До цього можна додати, що у виборі ціннісних характеристик українця молодь набагато частіше вибирає «патріотичні цінності».

Таблиця 18. Якби різним поколінням треба було пояснити іноземцю, хто такі українці, вони б використали такі риси?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Працьовиті	59	58	**66**
Гостинні	40	41	40
Щирі	39	34	35
Хазяйновиті	34	34	37
Патріотичні	**27**	19	**15**
Волелюбні	**20**	15	**12**
Відкриті	**20**	13	**9**
Різні	**18**	15	11

	Молодь 18-30 років	**Середній вік 31-54 роки**	**Старше покоління 55 + років**
Винахідливі	17	15	14
Терплячі	16	19	20
Довірливі	14	14	15
Добре пристосовуються до труднощів	14	15	11
Хитрі	12	11	11
Вільні	**12**	8	**5**
Здатні до нестандартних рішень	11	9	6
Не дотримуються закону	7	7	6
Козаки	7	5	3
Не здатні об'єднуватися	3	5	5
Ліниві	3	4	3
Пасивні	3	3	3
Інше	2	2	4
Важко відповісти	0,7	1	1

Серед інших варіантів помітна відмінність у ставленні до свободи слова, індивідуалізму. Інші показники приблизно відповідають відповідям респондентів старших вікових груп.

Окремо варто згадати цінність вищої освіти і підприємницький дух. На жаль, але ці важливі критерії – не надто популярний вибір у відповідях молодих людей. І якщо за параметром освіти є, нехай невелика, але позитивна різниця, то з питань підприємництва ситуація нічим не відрізняється: рівні **12-13%** для всіх українців (див. табл. 15).

Це корелює з відповідями на питання про те, що означає бути українцем. Молодь, як і старше покоління, обирає зовнішню атрибутику і традиціоналізм – відзначати свята, говорити українською, шанувати традиції. Єдина відмінність – велика частота вибору зовнішніх проявів (носити вишиванку). А ось відповідь «покращувати імідж країни», або «створювати нові бізнеси в Україні» вкрай непопулярний – **14%** в обох випадках. **Це найгірший (!) показник за всіма віковими групами.** За винятком **12%** вибору «створювати бізнеси» для громадян передпенсійного і пенсійного віку.

Таблиця 19. У чому для різних поколінь проявляється приналежність до української культури?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Святкувати українські свята	46	43	42
Вважати себе українцем	44	40	40
Дотримуватися звичаїв та традицій	42	45	45
Говорити українською у побуті	**35**	39	**40**
Співати народні пісні	29	30	**38**
Носити вишиванку	**29**	26	24
Читати українську поезію, літературу	27	22	24
Покращувати імідж України за кордоном	14	21	17
Створювати нові бізнеси в Україні	14	16	12
Інше	2	2	2
Важко відповісти	2	4	4

Фактори успіху держави і себе особисто

Молоде покоління налаштоване на особистий успіх і перші прояви цього є у відповідях на питання про «гаслі-кредо» для українця. Варіант «вижити» обрало лише **10%** респондентів групи «до 30 років» проти **18%** вибору в поколінні 31-54 і **22%** у поколінні 55+ (див. табл. 17).

Молоде покоління впевнене у тому, що громадяни країни бажають реалізації «української мрії» – у цьому вони солідарні з людьми старшого віку.

Таблиця 20. Чи прагнуть різні покоління особисто сучасної «української мрії», яка домінує у суспільстві?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Однозначно Так	75	76	77
Скоріше Так	19	16	13
Скоріше Ні	2	2	2
Однозначно Ні	1	1	2
Важко сказати	3	5	6

Молодь також вірить у те, що українці можуть стати передовою нацією.

Таблиця 21. Чи вірять різні покоління, що українці можуть стати передовою нацією?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Однозначно Так	32	38	42
Скоріше Так	36	27	27
Скоріше Ні	15	17	12
Однозначно Ні	10	13	14
Важко сказати	7	5	5

До того ж, оцінюючи проблеми, що заважають розвитку, молодь позначає ті ж ключові тези, що і інші покоління. Серед ТОП тем – війна з РФ, корупція, продаж землі, масова еміграція.

Серед відмінностей можна назвати трохи нижчий показник вибору параметру «зовнішнє управління» і низьку оцінку такої загрози, як деіндустріалізація:

Таблиця 22. Які головні виклики, загрози, думку громадян будуть стояти перед українцями в майбутньому?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Війна з Росією	59	53	46
Корупція	54	56	52
Продаж землі	44	45	48
Масова еміграція	43	43	39
Різке погіршення екології	27	28	**33**
Висока смертність-низька народжуваність	**25**	33	**36**
Колапс економіки	25	27	27
Епідемії	24	28	27
Неспроможність обслуговувати борги - дефолт	19	21	22
Територіальні зазіхання інших країн (крім РФ)	19	19	20
Зовнішнє управління	**10**	16	17
Масова імміграція інших національностей	9	10	12
Деіндустріалізація	9	11	14
Інше	0,5	1	1
Важко відповісти	3	3	5

Менші показники вибору демографічних проблем типові для молодого покоління у будь-якій країні. А ось ставлення до індустріального потенціалу країни дає підстави ще раз задуматися над превалюванням ідеї особистого успіху без прив'язки до ідеї успішності держави.

На цьому варто повернутися до питання «Що таке «українська мрія?». Відповіді у більшості варіантів схожі для представників різних поколінь. Проте впадає в очі трохи більше прагнення до миру і безпеки, але менша частка молодих людей обрали варіант прогнозованості життя і демократії.

І ще один пункт – ставлення до корупції. З одного боку, молодь бачить в цьому проблему, але вона менш гостра для даного покоління. І тут доречно звернутися до питання нових українських цінностей і сприйняття європейських.

Таблиця 23. Що таке для різних поколінь сучасна «українська мрія»?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Жити в мирній країні	64	62	68
Жити в країні без корупції	59	60	62
Жити в безпечній країні	56	53	54
Життя в країні з гідною зарплатнею	54	55	54
Життя у стабільній країні	50	57	52
Життя в країні з гідним забезпеченням пенсіонерів	38	46	58
Мати можливість прогнозувати своє життя на кілька років вперед	38	43	40
Жити в демократичній країні	34	37	40
Інше	1	1	1
Важко відповісти	1	1	1

Важливо зазначити, що молоде покоління не відрізняється високим сприйняттям таких цінностей як законність (верховенство права) від українців старшого віку (за низької загальної оцінки даних пунктів). Водночас є відмінності в оцінці індивідуалізму, свободи слова.

Таблиця 24. Які з нових цінностей сприймають різні покоління?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Сім‘я	52	56	54
Свобода слова	**49**	39	**33**
Здоров’я	**39**	42	**46**
Добробут	29	33	32
Незалежність України	**29**	26	**23**
Престижна робота	**22**	21	**17**
Можливість критикувати будь-яку владу	22	18	18
Патріотичні цінності	20	20	18
Індивідуалізм	**20**	11	7
Рівність усіх перед законом	18	16	16
Територіальна цілісність	17	16	15
Цінність вищої освіти	**16**	12	**10**
Можливість виходити на протести	14	14	14
Підприємницький дух	10	10	8
Інше	1	1	2
Важко відповісти	4	6	8

Таблиця 25. Які європейські цінності сприймають різні покоління?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Сім‘я	44	46	42
Гідна оплата праці	39	41	**35**
Гідні умови праці	**39**	39	**33**
Свобода слова	**37**	28	**26**
Здоров’я	36	39	39
Добробут	27	33	31
Рівність усіх перед законом	25	29	25
Захист приватної власності	19	22	19
Цінність вищої освіти	16	13	11
Індивідуалізм	**15**	9	**5**
Можливість критикувати будь-яку владу	14	11	12
Верховенство права	12	15	16

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Патріотичні цінності	12	12	13
Підтримка незахищених верств	11	13	**16**
Можливість виходити на протести	10	10	10
Підприємницький дух	10	8	7
Права ЛГБТ-спільноти	8	3	2
Інклюзивність	6	6	4
Інше	0,1	1	2
Важко відповісти	6	8	12

І у зв'язку з вищезазначеним, показовим буде відповідь на наступне питання:

Таблиця 26. Що таке, на думку різних поколінь, бути успішною людиною в сучасній Україні?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Займатися улюбленою справою	49	47	45
Мати роботу з гідною оплатою праці	**46**	53	**55**
Мати бізнес	**26**	16	13
Мати добрі зв'язки	**19**	15	12
Бути олігархом	16	16	15
Бути депутатом	15	16	15
Бути IT-спеціалістом	**14**	9	7
Бути чиновником	9	9	8
Бути відомим	9	6	6
Бути працівником правоохоронних органів	7	6	5
Інше	2	2	5
Важко відповісти	2	3	5

Серед позитиву варто відзначити велику схильність до заняття улюбленою (а не добре оплачуваною) справою, власним бізнесом.

Але викликає тривогу, що обрані варіанти демонструють превалювання індивідуального над загальним, де не виключається варіант обмеження інтересів інших на користь себе. Бути олігархом, чиновником, депутатом, або мати «добрі зв'язки» – все це можна сприймати як непряме відношення до корупції. Простіше кажучи, хабар – це коли іншому, коли собі – це подяка. Зв'язки і кумівство – це погано, коли не ти, для тебе це лише добре сформовані обставини і потрібні знайомства.

Підсумовуючи, можна спробувати зробити коротку характеристику молодих українців і сприйняття ними свого місця у світі і в українському суспільстві. Це волелюбні, патріотичні і водночас схильні до індивідуалізму і особистого швидкого успіху люди. Це не може не радувати.

Проте є і негативні фактори, на які треба звертати увагу. Це небажання бачити загальні проблеми на рівні держави та брати на себе відповідальність, а також готовність досягати свого успіху на шкоду іншим.

Тож ця характеристика – зріз сьогоднішньої ситуації. Зокрема це віддзеркалення проблем комунікації у суспільстві. Але це не вирок. Зміна підходів до політики, прояв зачатків планування на державному (і не тільки) рівні, дискусії про перспективи розвитку, можуть створити фон, на якому негативні оцінки себе і оточуючих молодим поколінням будуть поступово йти в малі величини.

05 ОКРЕМИЙ РЕГІОН ДОНБАС

У розрізі регіональної специфіки найбільше виділяються результати дослідження, отримані у макрорегіоні Донбасу. До нього було включено респондентів, які проживають у підконтрольних українській владі районах Донецької та Луганської областей. Результати в цій групі відрізняються від загальноукраїнських показників, а найбільше вони відрізняються від настроїв респондентів у макрорегіоні Заходу.

Мешканці Донбасу загалом більш традиціоналістські, консервативні, прагматичні. У шкалі вибору між можливостями і гарантіями вони більш схильні до отримання гарантій і захисту від держави. Вони так само як і мешканці інших регіонів ідентифікують себе з Україною та пов'язують з нею своє майбутнє. Проте у них досить сильно відрізняються оцінки сучасних політичних процесів, тлумачення історії та пріоритетність у наборі цінностей.

Можливо, найбільш показовим індикатором стали відповіді на питання «Який політик приніс найбільше шкоди Україні за останні 30 років?». Серед мешканців Заходу лідирує Віктор Янукович – його відмітили **37%** опитаних, друге місце в цьому регіоні має Петро Порошенко – **11%**. Серед мешканців Донбасу ситуація дзеркальна: **39%** назвали прізвище Петра Порошенка, і **11%** – Віктора Януковича. Саме ці політики стали уособленнями двох концепцій розвитку України, і «Україна Віктора Януковича» залишається ближчою для мешканців Донбасу, аніж проєкт «Армія-мова-віра» Петра Порошенка.

Таблиця 27. Який політик, на думку жителів різних регіонів, приніс найбільше шкоди Україні за останні 30 років?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
В.Янукович	**37**	28	17	19	**11**
П.Порошенко	**11**	17	27	26	**39**
В. Зеленський	8	13	12	11	12
Л.Кучма	5	6	3	5	2
Л.Кравчук	4	4	5	3	4
В.Медведчук	4	4	1	2	2
В.Ющенко	2	2	6	6	5
Ю.Бойко	2	1	0,4	0,9	1
М.Азаров	2	2	1	1	1
П. Лазаренко	2	2	2	1	1
А.Яценюк	1	2	2	3	2
Ю.Тимошенко	1	2	2	2	3
О.Мороз	1	0,1	0,2	0,2	0,2
В.Чорновіл	0,2	-	0,1	0,1	0,4
С. Вакарчук	0,1	-	0,3	0,2	0,1
В.Гройсман	0,1	1	0,2	0,3	0,6
Л. Лук'яненко	0,1	-	0,1	0,1	0,1
В.Литвин	0,1	0,2	0,1	-	0,1
Ю.Єхануров	-	0,4	-	-	0,1
Інше	3	2	1	2	4
Важко відповісти	17	16	20	17	11

Загалом громадяни з позицією, відмінною від середньоукраїнської, мешкають не лише на Донбасі, але їх також досить багато на Півдні і Сході, що також знайшло вираження у результатах опитування, проте в макрорегіоні Донбасу цей тип переважає.

При описі українців респонденти на Донбасі частіше називають їх різними (**22%** до **11%** на Заході), хитрими (**16%** до **8%** відповідно) та здатними до нестандартних рішень (**12%** до **6%**). Якщо мешканець Заходу вважає, що всі українці повинні бути схожими на нього, то для Донбасу досить важливим є визнання відмінності українців, які мешкають в різних регіонах. Їм ближче концепція умовного мультикультуралізму, яка виражена виключно у праві на регіональну мову, чи оцінку історичних постатей.

Таблиця 28. Якби жителям різних регіонів треба було пояснити іноземцю, хто такі українці, вони б використали такі риси?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Працьовиті	**67**	61	61	54	**58**
Щирі	**41**	42	28	28	**18**
Гостинні	39	40	46	38	46
Хазяйновиті	34	34	41	33	37
Патріотичні	**21**	**20**	17	15	15
Терплячі	18	20	19	19	18
Довірливі	16	12	17	14	16
Винахідливі	15	14	17	15	15
Добре пристосовуються до труднощів	14	12	13	14	15
Волелюбні	12	15	19	16	15
Різні	**11**	**12**	17	15	**22**
Відкриті	10	15	12	13	10
Хитрі	**8**	11	14	14	**16**
Вільні	8	8	7	8	6
Здатні до нестандартних рішень	**6**	8	11	8	**12**
Не дотримуються закону	5	5	11	8	8
Не здатні об'єднуватися	4	3	7	6	6
Козаки	3	6	5	5	4
Пасивні	3	2	4	3	3
Ліниві	1	4	6	3	2
Інше	3	3	3	2	3
Важко відповісти	1	2	1	1	1

Таблиця 29. Яким кредо (життєвим гаслом) послуговуються на думку жителів різних регіонів сучасні українці?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
«Слава Україні!»	**56**	49	52	**41**	**45**
«Героям слава!»	**36**	33	36	**29**	**28**
«Чекаємо змін»	**18**	25	26	**27**	**29**
«Україна понад усе»	17	15	15	14	16
«Вижити»	**14**	18	20	20	21
«Заробити»	14	14	16	**20**	**19**

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
«Слава нації, смерть ворогам»	**13**	13	11	7	**8**
«Все дістало»	12	16	**19**	17	**19**
«Моя хата з краю»	9	10	15	13	12
«Воля, свобода понад усе»	7	9	10	8	7
Інше	1	0,6	0,7	1	1
Важко відповісти	3	2	3	3	2

Таблиця 30. Які головні символи для жителів різних регіонів символізують Україну?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Прапор	**55**	49	56	**40**	**44**
Мова	**53**	44	34	**29**	**27**
Гімн	**46**	38	46	33	**32**
Тризуб	**39**	29	31	**23**	**23**
Вишиванка	31	25	26	27	29
Українські пісні	22	24	25	26	25
Борщ, сало, вареники	**16**	20	23	**30**	**31**
Українська кухня	**11**	19	25	19	**26**
Тарас Шевченко	13	17	13	17	15
Паспорт	**10**	**10**	**17**	12	**17**
Національний одяг	11	9	8	9	12
Українські Карпати	**10**	5	6	8	5
Українська природа	**9**	12	14	13	**15**
Українську музика	8	5	12	9	8
Чорноземи	7	9	12	11	12
Рушник	5	8	12	12	11
Лани пшениці	**4**	7	9	8	**9**
Леся Українка	4	4	5	4	6
Жіночі вінки	2	1	3	2	3
Кобза, бандура	1	3	2	2	2
Інше	2	2	1	3	1
Важко відповісти	1	1	1	1	1

Таблиця 31. В чому для жителів різних регіонів проявляється приналежність до української культури?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Говорити українською у побуті	**54**	**47**	24	**22**	**18**
Дотримуватися звичаїв та традицій	**50**	46	45	**37**	**40**
Святкувати українські свята	**49**	**45**	41	**35**	**36**
Вважати себе українцем	41	42	41	39	**36**
Співати народні пісні	35	35	31	**27**	32
Носити вишиванку	**32**	**27**	23	**18**	**21**
Читати українську поезію, літературу	**28**	**25**	22	**19**	**18**
Покращувати імідж України за кордоном	20	21	27	16	17
Створювати нові бізнеси в Україні	12	15	19	10	16
Інше	2	1	2	2	2
Важко відповісти	2	3	5	5	6

Таблиця 32. Якими є нові цінності в сучасній Україні на думку жителів різних регіонів?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Свобода слова	**55**	**48**	40	37	**30**
Можливість критикувати будь-яку владу	**33**	30	31	28	**26**
Можливість виходити на протести	**26**	27	24	20	**18**
Індивідуалізм	12	14	13	11	9
Цінність вищої освіти	8	11	13	8	11
Підприємницький дух	10	14	14	13	10
Патріотичні цінності	**29**	26	21	23	**18**
Територіальна цілісність	16	20	19	15	15
Незалежність України	**33**	33	29	26	**23**
Сім'я	39	35	36	32	40
Здоров'я	7	26	27	24	**33**
Добробут	21	20	23	20	25
Престижна робота	16	17	20	17	**21**
Рівність усіх перед законом	10	14	13	10	15
Інше	1	2	4	3	8
Важко відповісти	6	8	11	7	9

Таблиця 33. Які з нових цінностей не сприймають жителі різних регіонів?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Можливість критикувати будь-яку владу	**13**	14	17	17	**24**
Можливість виходити на протести	**10**	11	18	18	**28**
Рівність усіх перед законом	8	9	10	11	9
Цінність вищої освіти	8	6	10	6	7
Індивідуалізм	7	9	10	12	11
Свобода слова	**6**	5	7	5	**11**
Престижна робота	5	5	6	5	5
Підприємницький дух	3	4	5	4	7
Патріотичні цінності	3	5	8	7	**10**
Територіальна цілісність	**2**	3	4	5	**7**
Незалежність України	**2**	3	6	5	**8**
Сім'я	2	2	2	3	3
Здоров'я	2	2	3	3	3
Добробут	2	2	3	3	3
Інше	6	7	5	5	3
Важко відповісти	49	45	38	35	30

Таблиця 34. Що таке для жителів різних регіонів сучасна «українська мрія»?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Жити в мирній країні	61	65	**73**	57	**73**
Жити в країні без корупції	58	63	**66**	55	62
Жити в безпечній країні	51	55	**62**	49	53
Життя в країні з гідною зарплатнею	48	54	60	56	**65**
Життя у стабільній країні	47	55	59	51	**60**
Життя в країні з гідним забезпеченням пенсіонерів	42	50	54	51	**61**
Жити в демократичній країні	37	39	39	32	36
Мати можливість прогнозувати своє життя на кілька років вперед	34	43	48	38	**48**
Інше	1	0,5	1	2	1
Важко відповісти	1	0,6	1	1	1

Загалом можна відзначити, що концепція «плавильного котла» в Україні не спрацювала. Залишається досить чисельна група громадян із відмінними ціннісними установками та політичними поглядами. Ця група проживає досить компактно у Східних та Південних областях, до того ж у Донецькій та Луганській областях вона домінує. «Східноукраїнці» так само вважають себе українцями, їм також притаманний патріотизм, проте їх бачення майбутнього України є відмінним.

Ці відмінності проявляються зокрема на результатах виборів. Виборчі кампанії 2020-2021 років показали, що набагато більшу популярність тут мають кандидати від опозиційних партій, які відповідають цінностям місцевих мешканців. Вірогідно саме тому ЦВК не призначає вибори місцевих депутатів у 18 громадах Донбасу, а замість міських голів кількома містами керують призначені військово-цивільні адміністрації замість обраних мерів.

У влади залишається два варіанти роботи із цією групою виборців. Перший – продовжити спроби змінити їх цінності через фільтрацію інформації у ЗМІ, квоти та обмеження. Другий (інклюзивний) – враховувати їх позицію при ухваленні політичних рішень. Хоча другий шлях викличе нерозуміння у мешканців Заходу та Центру.

06 ГЕРОЇ ТА ВІДСУТНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО

За результатами дослідження, українці переважно хотіли б назвати свою вулицю на честь Кузьми Скрябіна. За таку ідею висловилося **26%** респондентів. Своєю чергою **14%** назвали б вулицю на честь В'ячеслава Чорновола, **12%** – на честь Богдана Ступки, по **7%** висловились за Олександра Усика та Андрія Шевченка відповідно. Показово, що більшість відомих співаків у цьому рейтингу посіли посередні позиції, а усі топові політики опинились наприкінці.

Таблиця 35. На честь якого українського діяча (не лише політичного), активного в останні 30 років, громадяни б назвали свою вулицю?

Кузьма Скрябін	**26**
В'ячеслав Чорновіл	**14**
Богдан Ступка	**12**
Олександр Усик	7
Андрій Шевченко	7
Левко Лук'яненко	6
Вєрка Сердючка (Андрій Данилко)	4

Василь Ломаченко	4
Руслана (співачка)	3
Віталій Кличко	3
Джамала (співачка)	3
Володимир Кличко	2
Олег Скрипка	2
Святослав Вакарчук	2
Володимир Зеленський	2
Юлія Тимошенко	2
Віктора Медведчука	1
Леонід Кучма	1
Леонід Кравчук	1
Віктор Янукович	1
Петро Порошенко	1
Віктор Ющенко	0,6
Інше	9
Важко відповісти	23

З огляду на даний рейтинг, можна зробити висновок, що особистості, які стали героїчними у свідомості українців є переважно діячами культури та спорту, за винятком В'ячеслава Чорновола. Проте, що ж об'єднує Кузьму Скрябіна, В'ячеслава Чорновола та Богдана Ступку? Загалом це ті постаті, чиї переконання були непорушними, не боялися говорити вголос про свої погляди, вели за собою велику кількість людей та мали проукраїнську політичну позицію.

Варто зазначити, що перша трійка людей, на чию честь українці б назвали свою вулицю – це особи, які відійшли у засвіти та стали легендами посмертно. Відповідно, якщо припустити, що даний рейтинг зокрема відповідає і на питання «Хто є найвизначнішою особистістю для українців?», то наразі у нашій країні немає живих героїв. Немає тих людей, які б були втіленням національної ідеї, мали б лідерські якості та були б дійсно представниками інтелектуальної чи культурної еліти, на яких готові б були рівнятися більшість українців.

Що ж до вікового розподілу у даному питанні, то молодь удвічі частіше за старше покоління воліла б жити на вулицях названих на честь співака Кузьми Скрябіна (**37%** проти **17%**) та футболіста Андрія Шевченка (**10%** проти **5%**). Своєю чергою серед старшого покоління у кілька разів більше прихильників ідеї жити на вулиці, названої на честь В'ячеслава Чорновола (**19%** проти **6%** серед молоді). Дані показники підтверджують, що вибір тієї чи іншої авторитетної постаті залежить від епохи, до якої належить респондент.

Таблиця 36. На честь якого українського діяча (не лише політичного), активного в останні 30 років, різні покоління б назвали свою вулицю?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Кузьма Скрябін	**37**	29	**17**
Андрій Шевченко	**10**	7	5
Богдан Ступка	9	12	12
Олександр Усик	9	7	5
В'ячеслав Чорновіл	**6**	12	**19**
Вєрка Сердючка (Андрій Данилко)	5	5	4
Джамала (співачка)	5	2	2
Василь Ломаченко	4	4	2
Віталій Кличко	4	3	3
Святослав Вакарчук	4	2	2
Левко Лук'яненко	3	5	8
Руслана (співачка)	2	3	3
Володимир Кличко	2	3	2
Володимир Зеленський	3	2	1
Олег Скрипка	2	2	2
Юлія Тимошенко	1	2	2
Леонід Кучма	1	2	1
Петро Порошенко	1	1	2
Віктор Янукович	1	1	1
Віктор Ющенко	1	0,4	1
Леонід Кравчук	0,6	1	1
Віктора Медведчука	0,4	0,6	1
Інше	6	9	11
Важко відповісти	19	21	26

За регіональними розбіжностями слід виділити те, що у Центрі та на Заході частіше воліли б проживати на вулицях, названих на честь Кузьми Скрябіна (**28%** та **27%** відповідно), В'ячеслава Чорновола (**15%** та **22%** відповідно) та Левка Лук'яненка (**7%** та **10%** відповідно). У той час як на Донбасі порівняно частіше хотіли б, аби їхні вулиці носили ім'я боксера Олександра Усика (**9%**) та актора Андрія Данилка (**9%**). Тож в Україні досі немає героїв, які б були символами української нації в цілому та стали б визначними як для жителів Донбасу, так і для жителів Західної України. Звичайно, можна припустити, що з огляду на регіональні культурні відмінності, в Україні досить важко віднайти героя, який би втілив головні для усіх регіонів національні інтереси.

Таблиця 37. На честь якого українського діяча (не лише політичного), активного в останні 30 років, різні покоління б назвали свою вулицю?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Кузьма Скрябін	**27**	**28**	24	24	22
В'ячеслав Чорновіл	**22**	**15**	7	7	**4**
Левко Лук'яненко	**10**	7	2	3	1
Богдан Ступка	9	**15**	11	11	8
Андрій Шевченко	5	7	7	8	7
Олександр Усик	3	7	8	9	**9**
Вєрка Сердючка (Андрій Данилко)	3	5	5	4	**9**
Руслана (співачка)	3	2	3	2	3
Віталій Кличко	2	4	4	4	3
Джамала (співачка)	2	2	4	3	4
Василь Ломаченко	2	4	5	4	5
Володимир Кличко	2	3	3	3	3
Святослав Вакарчук	2	2	2	2	2
Юлія Тимошенко	2	2	1	2	0,7
Володимир Зеленський	1	2	3	2	3
Олег Скрипка	1	2	3	2	3
Петро Порошенко	0,8	1	1	1	1
Леонід Кравчук	0,7	0,7	1	2	1
Леонід Кучма	0,5	1	2	3	2
Віктор Янукович	0,4	0,5	1	2	2
Віктора Медведчука	0,3	0,5	2	1	2
Віктор Ющенко	0,2	1	0,6	1	0,2
Інше	7	6	11	11	21
Важко відповісти	21	22	27	25	18

Наразі ж жоден політик не став для українців такою постаттю, яка б об'єднала країну, не дивлячись на те, що відповідальність та ініціатива розроблення національної ідеї лежить саме на плечах політичної верхівки. Свого часу В'ячеслав Чорновіл міг стати саме тим політиком, який її сформує, бути взірцевим прикладом політичного діяча для українців, а також прославити Україну на світовій політичній арені. Проте відведеного йому на Землі віку вистачило на те, аби досі українці вважали його одним з найвизначніших фігур у вітчизняній історії. Натомість зараз, на думку більшості респондентів, у світі про Україну знають насамперед завдяки братам Кличко, а також футболісту Шевченко. Окрім спортсменів, громадяни найчастіше називають співачок – Руслану та Джамалу. А політики суттєво відстають за згадками серед опитаних.

Таблиця 38. Завдяки кому в світі, на думку громадян, знають про Україну?

Віталій Кличко	**55**
Володимир Кличко	**52**
Андрій Шевченко	**42**
Руслана (співачка)	32
Олександр Усик	30
Джамала (співачка)	28
Вєрка Сердючка (Андрій Данилко)	22
Кузьма Скрябін	20
Василь Ломаченко	19
Володимир Зеленський	15
Богдан Ступка	15
Петро Порошенко	15
Святослав Вакарчук	12
Віктор Янукович	10
Олег Скрипка	9
Юлія Тимошенко	9
Леонід Кучма	9
Леонід Кравчук	8
Віктор Ющенко	8
Інше	3
Важко відповісти	7

Продовжуючи тему політиків, варто відзначити, що соціологія показала, що громадяни не виділяють якогось одного політика, який приніс найбільше користі Україні за останні тридцять років. Порівняно частіше вони називають Володимира Зеленського, Леоніда Кучму та Петра Порошенка. Цікавим виявилось і те, що молодь (18-30 років) обрала Володимира Зеленського, як такого, хто приніс найбільше користі для України (**21%**), друге місце у цьому рейтингу посів Віктор Янукович (**12%**), третє розділили Леонід Кучма та Петро Порошенко (по **9%**), а четверте – В'ячеслав Чорновіл (**5%**). У цьому рейтингу найбільше уваги привертає саме показник Віктор Януковича, проте не варто виключати можливості іронічного ставлення молоді до цього питання: хто може краще, аніж головний антигерой країни об'єднати навколо себе суспільство, яке буде боротися проти нього? Зокрема такі показники свідчать про більш свідомий вибір респондентів старшого віку, адже вони віддали Президенту-втікачу всього лише **5%**.

Таблиця 39. Який політик, на думку різних поколінь, приніс найбільше користі для України за останні 30 років?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
В. Зеленський	**21**	9	7
В.Янукович	12	9	**5**
Л.Кучма	9	13	10
П.Порошенко	9	10	10
В.Чорновіл	5	6	9
Л.Кравчук	3	4	5
В.Ющенко	3	3	4
В.Гройсман	1	2	3
Ю.Тимошенко	1	3	2
М.Азаров	0,9	3	4
Ю.Бойко	0,6	0,8	2
А.Яценюк	0,6	0,4	1
С. Вакарчук	0,5	0,4	0,2
Л. Лук'яненко	0,3	0,8	1
В.Литвин	0,2	0,2	0,3
В.Медведчук	0,2	0,4	1
П. Лазаренко	0,2	0,1	0,3
О.Мороз	-	0,1	0,5
Ю.Єхануров	-	0,2	0,3
Інше	3	6	9
Важко відповісти	28	30	27

А також, традиційною виявилась різниця у розподілі регіональних відповідей. У Центрі та на Заході політиком, який приніс країні найбільше користі за останні три десятиліття, у три рази частіше вважають Петра Порошенка (**25%** сумарно), а також В'ячеслава Чорновола (**20%** сумарно). Натомість на Донбасі набагато більше згадують такими політиками Віктора Януковича та Миколу Азарова (**20%** та **10%** відповідно).

Таблиця 40. Який політик, на думку жителів різних регіонів, приніс найбільше користі для України за останні 30 років?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
В. Зеленський	10	11	11	12	9
П.Порошенко	**12**	**13**	6	6	**4**
В.Чорновіл	**13**	7	3	3	1
Л.Кучма	7	10	14	15	15
В.Ющенко	6	3	2	2	2
В.Янукович	4	6	11	12	**20**
Л.Кравчук	4	5	4	3	3
Ю.Тимошенко	2	3	2	2	1
М.Азаров	1	2	4	5	**10**
Л. Лук'яненко	2	0,7	0,5	0,3	0,3
В.Гройсман	1	4	0,7	0,8	1
А.Яценюк	0,7	0,3	0,7	1	0,1
В.Медведчук	0,3	0,1	1	1	1
Ю.Бойко	0,2	1	1	2	4
В.Литвин	0,2	0,3	0,1	0,3	0,2
С. Вакарчук	0,1	0,5	0,4	0,3	0,4
Ю.Єхануров	0,1	0,1	0,3	0,2	0,3
О.Мороз	-	0,5	0,1	0,2	-
П. Лазаренко	-	0,2	0,1	0,6	0,1
Інше	6	7	6	6	9
Важко відповісти	31	28	32	27	17

Відмінність у політичних вподобаннях у регіонах ще раз підтверджує відсутність національної ідеї, а отже і можливості існування сучасних національних героїв, які б були безумовно авторитетними для жителів усіх регіонів України. І це є однією з головних загроз та викликів для нашої держави.

07 ПРИМІТИВНЕ БАЧЕННЯ МАЙБУТНЬОГО

Головними викликами в майбутньому громадяни називають майже в рівній мірі корупцію та війну з Росією. Також одним з основних викликів близько половини опитаних називають продаж землі та сорок два відсотки згадують масову еміграцію.

Ці чотири виклики називаються найчастіше і переважають у масовій свідомості такі можливі майбутні загрози, як вимирання нації, екологічні проблеми, епідемії тощо. Тож загалом українці не мають чіткого розуміння майбутніх викликів України, а називають переважно вже ті, які стоять перед країною сьогодні.

Таблиця 41. Які головні виклики, загрози, думку громадян будуть стояти перед українцями в майбутньому?

Корупція	**54**
Війна з Росією	**51**
Продаж землі	**46**
Масова еміграція	**42**
Висока смертність-низька народжуваність	33
Різке погіршення екології	30
Колапс економіки	27
Епідемії	27
Неспроможність обслуговувати борги – дефолт	21
Територіальні зазіхання інших країн (крім РФ)	19
Зовнішнє управління	15
Деіндустріалізація	12
Масова імміграція інших національностей	10
Інше	1
Важко відповісти	3

Цікаво, що на Заході та в Центрі країни набагато частіше згадують про загрозу майбутньої війни з Росією порівняно зі Сходом та особливо Донбасом.

Водночас на Донбасі та Сході частіше вказують на такі майбутні загрози, як продаж землі, деіндустріалізацію, колапс економіки, вимирання нації та зовнішнє управління.

Такі результати ще раз підкреслюють різницю у ментальності між жителями Заходу та Сходу України.

Таблиця 42. Які головні виклики, загрози, думку громадян будуть стояти перед українцями в майбутньому?

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас
Війна з Росією	**58**	**58**	47	**41**	**29**
Корупція	53	52	59	55	57
Продаж землі	42	46	49	47	**53**
Масова еміграція	40	41	42	42	46
Висока смертність-низька народжуваність	**26**	33	35	33	**49**
Епідемії	24	28	30	25	**29**
Різке погіршення екології	**23**	33	32	30	34
Колапс економіки	**20**	29	28	29	31
Територіальні зазіхання інших країн (крім РФ)	18	21	22	16	19
Неспроможність обслуговувати борги – дефолт	**16**	24	22	22	**28**
Зовнішнє управління	**11**	15	16	17	**25**
Деіндустріалізація	7	16	10	12	**13**
Масова імміграція інших національностей	7	12	10	12	11
Інше	1	1	1	2	1
Важко відповісти	3	3	6	3	3

Також українцям притаманна оптимістичність поглядів щодо свого майбутнього. Зокрема вона виражається у тому, що більшість громадян вірять в те, що українці зможуть стати передовою нацією.

Таблиця 43. Чи вірять громадяни, що українці можуть стати передовою нацією?

Однозначно вірю	39
Скоріше вірю	29
Скоріше не вірю	15
Однозначно не вірю	12
Важко сказати	5

А різниця між поколіннями у даному питанні виражається у тому, що молодь частіше за респондентів старшого віку вважає, що передовою нацією у майбутньому українці стануть завдяки винахідливості та здатності об'єднуватися. Старше покоління, своєю чергою, такими рисами більше називає хазяйновитість, волелюбність та заощадливість.

Таблиця 44. Які риси українців, на думку різних поколінь, можуть допомогти їм стати успішними?

	Молодь 18-30 років	Середній вік 31-54 роки	Старше покоління 55 + років
Працьовитість	67	66	71
Винахідливість	**40**	35	**27**
Здатність об'єднуватися	**36**	32	**25**
Хазяйновитість	32	41	**47**
Волелюбність	31	37	**41**
Терплячість	31	32	30
Патріотизм	30	32	28
Здатні до нестандартних рішень	27	27	**20**
Вміння добре пристосовуються до труднощів	25	29	25
Відкритість до нового	23	20	19
Гостинність	**21**	27	28
Демократичність	21	20	**18**
Хитрість	**16**	11	9
Заощадливість	12	18	18
Не дотримання закону	3	3	2
Інше	0,3	3	4
Важко відповісти	1	2	2

Тож українці загалом мають примітивне уявлення щодо майбутніх викликів, тож і не мають розуміння того, як протистояти загрозам великого масштабу. Зокрема вони мають спрощене розуміння того, яким чином українська нація може стати передовою та покладаються на узагальнені позитивні риси української ментальності. На жаль, цих якостей Україні не вистачить, аби бути конкурентноспроможними та успішними у майбутньому.

II РЕЗУЛЬТАТИ ФОКУС-ГРУПОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ФОКУС-ГРУПОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Фокус-групове дослідження (ФГД) проведене спільно з соціологічною компанією *«Нью Імідж Маркетинг Груп»* у період з 10 по 15 червня 2021 року.

Метою даного національного проєкту було дізнатись визначення громадянами того, ким є українець сьогодні та ким він має стати у майбутньому.

Обсяг вибірки складав **12 ФГД** (1 ФГД = 8 учасників).

Цільова аудиторія:

- Чоловіки та жінки віком 18 років та старше;
- Три вікові категорії: 18-30 років, 31-54 роки, 55 років та старше;
- Представники різних типів населених пунктів: обласні центри, інші міста (не облцентри) та села;
- Представники різних сфер діяльності, рівня доходу, рівня освіти.

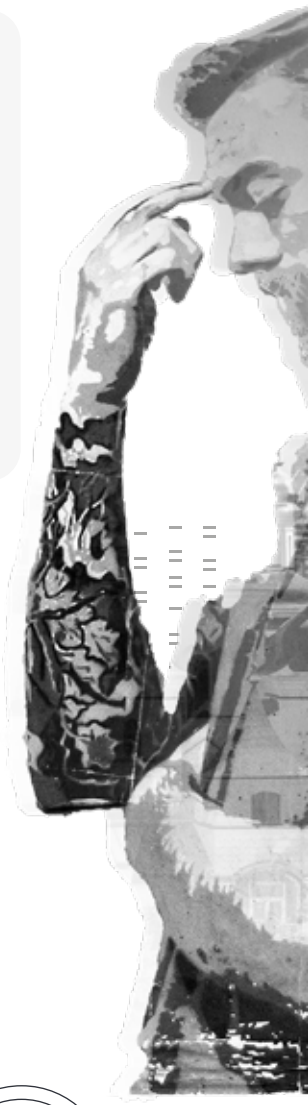
No ФГД	Регіон	Локація/область	Тип населеного пункту	Вік ЦА	Кількість
1	Київ	Київ	Київ	31-54 років	1
2	Київ	Київ	Київ	55 років та старше	1
3	Захід	Львівська	Обласний центр	31-54 роки	1
4	Схід	Харківська	Обласний центр	18-30 років	1
5	Центр- Північ	Полтавська	Обласний центр	18-30 років	1
6	Південь	Одеська	Обласний центр	55 років та старше	1
7	Захід	Рівненська	Районний центр	18-30 років	1
8	Схід	Дніпропетровська	Районний центр	55 років та старше	1
9	Центр- Північ	Житомирська	Районний центр	31-54 роки	1
10	Південь	Херсонська	Районний центр	31-54 роки	1
11	Донбас	Донецька	Маріуполь	18-30 років	1
12	Донбас	Луганська	Сєвєродонецьк	55 років та старше	1
	Усього:				**12**

01 ОПИС УКРАЇНЦІВ

(риси, на які вказали респонденти)

- Волелюбні
- Гостинні
- Хазяйновиті
- Хитрі у життєвих питаннях
- Патріотичні
- Працьовиті
- Неспроможні об'єднуватися надовго

Переважно українці описали себе з позитивного боку (волелюбні, гостинні, хазяйновиті тощо). Проте вказані ними риси мають як позитивний, так і негативний бік. Наприклад, свободолюбивість українців не дає нам надовго об'єднатися навколо однієї ідеї та стати згуртованими. А от наявність хитрості у життєвих питаннях, на думку респондентів, дає нам можливість знаходити нестандартні рішення у проблемних ситуаціях. Крім того, чи не єдиною негативною рисою, на яку вказали українці, була неспроможність об'єднуватися надовго. Цю рису можна пояснити відсутністю національної ідеї, яка б об'єднувала усіх громадян, жителів різних регіонів.



02 БУТИ УКРАЇНЦЕМ

Дихотомія Держава-Громадянин

Кінець романтичного націоналізму. Сьогоднішню ситуацію у країні можна назвати кінцем епохи, коли ідеєю державності була сама державність, а громадяни любили свою державу безумовно. І хоча романтизм українців багато у чому нікуди не подівся, проте сама ця концепція починає себе виживати, адже любов до держави, яка не підкріплена гордістю за її здобутки, розвиненою економікою тощо – вже є нереальною. Тому дані соціології свідчать про те, що наразі у країні є **криза ідеологій державотворення**.

Українцям також притаманне протиставлення позитивних рис населення та негативних характеристик держави або влади.

> *Також, з одного боку, залишаються максимально сильними патерналістські настрої: держава винна громадянам, повинна гарантувати і забезпечити. З іншого – є повна недовіра до того, що держава і політики здатні це зробити. Відповідно зростає запит на прихід ефективного управління, перш за все, в особі Євросоюзу, та на теоретично можливу появу внутрішнього «героя», який наведе порядок та задовольнить запит на патерналізм.*

03 КРЕДО УКРАЇНЦЯ

«Слава Україні!», «Героям слава!», «Слава націй, смерть ворогам», «Україна понад усе», «Воля, свобода понад усе» – «Все дістало», «Чекаємо змін», «Вижити» та «Моя хата з краю».

Погляди респондентів на самих себе і навколишній світ рясніють суперечливими поглядами та переконаннями, серйозними дисонансами у сприйнятті себе і екзогенного до себе. Українці наділяють себе винятковими характеристиками, інколи, навіть як у казкових героїв, що в кінцевому підсумку свідчить про все ще незрілість громадян і суспільства, глибокі корені патерналізму (тут же туга за стабільністю, яка була в «совку»), прагнення ділити світ на чорне і біле. Також складається ситуація, коли населення вважає, що вони «хороші», а політики – «погані», адже не можуть між собою домовитися. Тож крайнощі у мисленні характеризують українців як «націю підліткового типу».

04 СИМВОЛИ ТА ВИЗНАЧНІ ПОСТАТІ

- Прапор, Гімн та Герб
- Мова, українські пісні та українська музика
- Національна кухня та національний одяг - вишиванка
- Природа (Карпати, поля)
- Визначні постаті (Шевченко Т., Шевченко А., Українка Л.)

Обрана респондентами символіка не містить «країни» – ніхто у пошуку ключових символів не назвав матеріальні об'єкти або громадські досягнення/системи, які існують сьогодні (наука, бренди, матеріальні здобутки, рукотворні об'єкти тощо). Тобто наразі немає вектору оцінки наявного, не кажучи про оцінку майбутнього. Показово, що навіть на тлі війни немає відповідей, що символом країни є армія. Ці тенденції ще раз підтверджують, що наразі в Україні немає національної ідеї.

*Тож **усі символи та приводи для гордості є «доіндустріальними»: знаходяться у сивій давнині** та пов'язані із традиційною культурою, а не в майбутньому чи навіть у сучасності.*

05 ПРИНАЛЕЖНІСТЬ ДО КУЛЬТУРИ

- Традиції та свята
- Мова

*Українцям притаманна **самоідентифікація за індивідуальними «зовнішніми ознаками»** – вишиванка, борщ і вареники, писанка (чи інші атрибути релігійних свят та формальної релігійності в цілому), мова якою розмовляємо, чорнозем. І тут мова не про традицію, яку ми просто пам'ятаємо та якій віддаємо данину. Тут традиція є базисом, на який надбудовується колективне несвідоме. Повага до традицій виступає як «релігія» та окрема «ікона». Корені такого світосприйняття у межах традиційності сягають давнини, а отже є результатом колективної історичної пам'яті. Тож очевидним видається те, що для українців не існує іншої «зразкової» доби, окрім «Золотої» – козацьких часів, які поклали початок багатьом традиційним архетипам українського народу. Тому українців можна сміливо назвати «фундаменталістами», для яких Гайдамаччина є своєрідним «Халіфатом».*

Тож українці самоідентифіковуються минулим, що призводить до небажання щось змінювати, а протиставлення з державою не дає їм можливості шукати майбутнє. Своєю чергою політики, розуміючи такі пріоритети українців, не пропонують ніяких кардинальних змін, які б могли піти у дисонанс з очікуваннями суспільства.

06 ВІДМІННОСТІ ВІД РОСІЯН

- Децентралізація влади в усіх проявах
- Наявність свободи слова, можливість не погоджуватися з владою
- Відкритість та щирість
- Менше агресії та невихованості
- Більш працьовиті

*В українців присутня чітка ідентифікація – **«ми інші»**. Головною відмінністю від росіян стало ставлення до влади. Українці заперечують сакралізацію влади в сусідній Росії, критично ставляться до своїх політичних керівників, вважають неефективні інституції головною проблемою для розвитку економіки і суспільства.*

07 ЦІННОСТІ

- Вільне висловлювання думки
- Можливість критикувати владу
- Відсутність стабільності та прогнозованості
- Індивідуалізм на противагу колективізму
- Національна приналежність
- Прихильність до європейських цінностей

Важливим для українців виявилось поняття «європейські цінності». Проте переважна більшість окреслює їх категоріями свободи та верховенства права, але не зважають на важливість власної відповідальності у даному контексті. Зокрема можна зробити висновок, що європейська цивілізація постає для українців виключно у позитивному контексті, оскільки у респондентів Європа асоціюється лише абстрактними поняттями законності, рівноправності, багатства тощо. Таким чином, толерантність до різноманіття гендерних ідентичностей чи відсутність дискримінації за гендерними, расовими чи віковими ознаками, поки що не сприймаються українцями цілком, проте це є невід'ємними складовими ціннісних орієнтирів у Європі. Це свідчить про відсутність розуміння цілісної картини європейської дійсності, а отже – кричного мислення щодо неї.

Таким чином, простежується відхід від СРСР та «homo soveticus», проте колективна свідомість не готова до «diversity», якою пронизаний сучасний світ. Тому ***Україна – вже не «совок», але ще й не Європа****.*

08 УКРАЇНСЬКА МРІЯ

- Успішні люди – олігархи, чиновники та прокурори
- Життя в успішній країні без корупції
- Мирна країна

На індивідуальному рівні:

- Життя з гідною зарплатою
- Життя у прогнозованій стабільній країні – впевненість у завтрашньому дні

> *Люди схильні малювати безхмарний ідеал, а у його відсутності звинувачують виключно владу, не себе. Таким чином, ці тенденції свідчать про те, що українці здатні аналізувати лише наслідки, а не думають про передумови тих негараздів, які є в Україні. Зокрема – українці схильні перекладати відповідальність на лідерів, не говорячи про власну роль у формуванні успішної країни. Так, жоден з респондентів не висловив своє бачення вирішення ситуації, яке включало б відповідальність з боку народу. Тож на думку більшості – **єдине що треба зробити – це обрати правильного лідера, який має усе зробити за них**.*

09 ПІДСУМКИ 30 РОКІВ НЕЗАЛЕЖНОСТІ

- Отримання незалежності у 1991 році
- Революція Гідності у 2014 році – наближення до ЄС
- Злидні

Перемоги країни за 30 років респонденти вбачають лише у подіях, які були результативними лише у ціннісній площині – сприяли підняттю патріотизму, українського духу, потягу до європейських цінностей. Саме це є головними складовими успіху країни, на їх думку. Тож наразі в українців ***немає реальних приводів для гордості****.*

Також паралельно у багатьох є відчуття приниження через неспроможність держави забезпечити добробут. *Так, особливо у старшого покоління, існує достатньо сильне почуття приниження через неспроможність держави забезпечити гідне життя, зокрема у вигляді гідних зарплат, пенсій тощо.*

10 ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ УКРАЇНИ В СВІТІ

- Спортивні досягнення *братів Кличків, Андрія Шевченко, Василя Ломаченка та Олександра Усика.*
- Успіх українських виконавців: *співачки Руслани та Джамали, а також Святослава Вакарчука та Олега Скрипки.*

Українці не мають та не шукають, чим пишатися поза культурною площиною, *яка включає популярних у світі спортсменів та співаків. Це характеризує нашу націю як таку, що здатна продукувати конкурентноспроможні продукти лише у культурній сфері, тій яка зосереджена на творчій діяльності. Тож поки у країні немає продуктів економічної чи технологічної сфери, які б українці вказали найвизначнішими та найпрогресивнішими від часів отримання незалежності. Тому з огляду на уподобання українців, стає очевидно, що поки вони люблять країну і ненавидять державу.*

Ба більше, українці сприймають лише те, що має міжнародний імідж і що схвалено «кращими» за нас (зокрема успішнішими країнами). Бажання бути похваленими кимось свідчить про відсутність самостійності у питанні самовизначення українців.

Також, ті об'єкти національної гордості, які існують наразі, сприйняті масовою свідомістю як національно визначні, за допомогою засобів масової інформації та «попсових» піар кампаній. ***Тож ми стали жертвами масової культури, яка дісталась до нашої національної самоідентифікації. Проте головне, що держава підтримує цю політику і не займається пропагандою тих подій, речей і досягнень, які могли б стати основою для національної гордості.***

Наприклад, свого часу фіни вигадали свій напрямок року, який поєднав риси року та металу та став самобутнім фінським жанром. Для фінів це стало невід'ємною частиною культури, яка вирізняє їх від усього світу. Україна ж поки немає подібних приводів для гордості.

11 ОЦІНЮЮЧИ ПРЕЗИДЕНТІВ УКРАЇНИ

- Кількість позитивних оцінок Кучми перевищувала негативні згадування
- Переважно нейтральні або негативні оцінки щодо Віктора Ющенка
- Різноманітні оцінки Леоніда Кравчука та Петра Порошенка: включали, як позитивні коментарі, так і звинувачення у серйозному послабленні країни
- Несформоване ставлення до Зеленського
- Абсолютно негативне ставлення до Януковича

Щодо чинного Президента Володимира Зеленського, то відповіді респондентів демонструють, що він не зміг вирішити головну проблему усіх керівників в Україні – стати уособленням держави, повноцінним її втіленням для громадян. Володимир Зеленський залишився третім відокремленими суб'єктом у взаємовідносинах «громадянин-держава-президент», як і всі попередні президенти.

Також респонденти вказали на відсутність стабільності, як одного з головних явищ, яких не вистачає країні. Тому відповідно це корелює з тим, що респонденти визначили Кучму найвизначнішим президентом для України. Такий вибір гарно ілюструє більш менш ідеальне політичне становище для українців. Це, знову ж таки, можна пояснити тим, що у більшості наразі домінує бажання збалансування політичної ситуації, та існуванням потреби у лідері, який забезпечить відповідний баланс.

Загалом в українців відсутній ідеал президента – лідера, чий стиль та вагомість ухвалених рішень хотілося б повторити та віднайти у новому очільнику держави. *Іншими словами, в Україні немає свого умовного Вацлава Гавела – лідера-еталону. Наслідком цього є постійна невизначеність українців щодо чітких вимог, яким має відповідати президент, а отже, кожен новий вибір лідера країни – приречений на поразку. Натомість в уявленні українців домінує переконання, що той президент, який «наповнить» пустий холодильник – кращий за будь-який інший варіант.*

Крім того, після обрання президентом Володимира Зеленського, українці опинились у становищі безвиході та відчувають страх, адже навіть він, обраний більшістю громадян, також не зміг задовольнити запити суспільства.

12 ТЕЗИ ПРО СУЧАСНУ УКРАЇНУ

Українці НЕ погодились, що:

- Україна – невдала держава
- Українці – це нація заробітчан
- Українці завжди співають сумні пісні

Українці погодились, що:

- Де два українці – там три гетьмани
- Українці не сприймають будь-яку владу та не довіряють їй
- Українці послуговуються не законами, а кумівством

Думки українців поділились щодо тез:

- Українці – це нація гречкосіїв та хліборобів
- Українці мають комплекс меншовартості

Перш за все, українці не сприймають, що наша держава є невдалою, що свідчить про їх оптимістичність, навіть за умов складної економічної та політичної ситуації. Проте позитивні риси на цьому закінчуються, адже громадяни переконані, що їх цінності, зокрема патріотичність та віра у світле майбутнє, здатна подолати усі негаразди. Власне такі переконання свідчать про певну міфічність та нереалістичність поглядів громадян. Закладена у свідомості впевненість у власних силах та у примітивній формулі «добро завжди перемагає зло» заважає українцям збагнути, що оптимістичних настанов не вистачить для подолання зовнішніх загроз в обличчі того ж таки Путіна, чи внутрішніх викликів, на зразок корупції чи злиднів.

Зокрема респонденти визнали, що українцям притаманне дещо нездорове почуття власної величі, наслідком чого є приказка «Де два українці – там три гетьмани. Проте це ще раз підтверджує притаманну українцям лінь, бажання перекласти власну відповідальність на інших.

Також українці визнають, що схильні обходити закони та нехтувати правилами, якщо є можливість «домовитися», вирішити питання за допомогою родичів чи знайомих. Проте, на жаль, визнання цього недоліку не зумовлює розуміння українцями причин такого явища та бажання боротися з ним. Жоден з респондентів не вказав на необхідність подолання кумівства та відмови від нівелювання законів. Зокрема це можна пояснити тим, що і сама держава не бореться з цими явищами, не створює умов для громадян для дотримання законів, а політики на власному прикладі демонструють, що особисті зв'язки вирішують все.

Крім того, респонденти абсолютно згідні з тим, що українці не довіряють владі. Так, очевидно, що українцям притаманне почуття страху та патологічної недовіри. Це можна пояснити досвідом «невдалих» президентів, а також тим, що наразі у країні немає авторитетних політиків, громадських діячів, лідерів думок, які б об'єднували країну.

Щодо комплексу меншовартості, то ця риса притаманна жителям усієї країни. І лише респонденти із західних областей певною мірою не підтримали цю тезу, що демонструє деяку відмінність між самоідентифікацією представників різних регіонів країни.

13 ТЕЗИ ПРО МАЙБУТНЮ УКРАЇНУ

- Українці більше за інших цінують свою свободу
- Українці захищають свою країну і Європу
- Українці – це миролюбна нація
- Українці – це нація розвинутих успішних людей
- Україні добре адаптуються до труднощів

Щодо майбутнього українці висловлюють більш позитивні тези, що свідчить про їх оптимістичність, зокрема респонденти зазначили, що вони добре адаптуються до труднощів. Проте вони окреслюють майбутнє більш абстрактно та невизначено, що свідчить про те, що держава не дає громадянам чіткої візії майбутнього України. Для українців стало нормою життя у невідомості, а тому ***запиту на візію майбутнього немає і у самому суспільстві.***

В образі майбутнього також домінують характеристики України як дружньої та миролюбної нації. Таким чином, в українців не сформована позиція країни, яка точно здатна захистити себе у майбутньому, відстоювати власні інтереси на світовій арені. Проте, хоча українці і не мають власного позиціонування, вони свідомі того, що Україна здатна конкурувати у різних галузях у майбутньому завдяки своєму інтелектуальному потенціалу.

Щоправда вони переконані, що покращення мають з'явитися самі собою, тож це свідчить про те, що ***відповідальність щодо майбутнього українці перекладають на долю чи щасливий випадок, а не власні сили.***

14 МАЙБУТНІ ВИКЛИКИ

- Війна з Росією та її можлива ескалація
- Еміграція значної кількості українських громадян за кордон
- Депопуляція внаслідок різниці смертності та народжуваності
- Корупція
- Погана екологія
- Великі державні борги та неспроможність їх віддати
- Продаж землі

ВИСНОВКИ

Перш за все, варто зазначити, що загальна картина соціології свідчить про існування перманентного протиставлення позитивних рис населення та негативних характеристик держави або влади. Ці тенденції яскраво простежуються під час формування респондентами картини «української мрії». Результати свідчать, що люди схильні малювати безхмарний ідеал, а у його відсутності звинувачують виключно владу, не себе. Таким чином, ці тенденції означають, що українці здатні аналізувати лише наслідки, і не думають про передумови тих негараздів, які є в Україні. Зокрема українці схильні перекладати відповідальність на лідерів, не говорячи про власну роль у формуванні успішної країни. Так, жоден з респондентів не висловив своє бачення вирішення ситуації, яке включало б відповідальність з боку народу. Тож, на думку більшості, єдине що треба зробити – це обрати правильного лідера, який має усе зробити за них.

Сьогоднішню ситуацію у країні можна назвати «кінцем епохи романтизму», епохи яка сформувалась на початку 80х-кінці 90х років – коли ідеєю державності була сама державність, а громадяни любили свою державу безумовно. І сьогодні ми можемо говорити про те, що романтизм українців багато у чому нікуди не подівся, проте сама ця концепція починає себе виживати, адже любов до держави, яка не підкріплена гордістю за її здобутки, розвиненою економікою тощо – вже є нереальною. Тому дані соціології свідчать про те, що наразі у країні є **криза ідеологій державотворення**. Причиною цього є те, що українцям все складніше відповідати на питання, чому вони люблять державу, зокрема тому що держава не дає винагороду за патріотизм та працьовитість своїх громадян.

Українцям також притаманне протиставлення позитивних рис населення та негативних характеристик держави або влади.

Також, з одного боку, залишаються максимально сильними патерналістські настрої: держава винна громадянам, повинна гарантувати і забезпечити. З іншого – є повна недовіра до того, що держава і політики здатні це зробити. Відповідно зростає запит на прихід ефективного управління, перш за все, в особі Євросоюзу, та на теоретично можливу появу внутрішнього «героя», який наведе порядок та задовольнить запит на патерналізм.

Зокрема українцям властива традиційність мислення щодо розуміння національної культури та символів національної гордості. Це свідчить про те, що українці самоідентифіковуються минулим. Своєю чергою це призводить до небажання щось змінювати, а зазначена вище характеристика протиставлення з державою, не дає їм можливості шукати майбутнє. Проте політики, розуміючи такі пріоритети українців, не пропонують ніяких кардинальних змін, які б могли піти у дисонанс з очікуваннями суспільства.

Натомість українці чітко усвідомлюють відмінності між ними та росіянами, зокрема у відсутності сакралізації влади в Україні. Проте ця відмінність має і негативний бік: проводити реформи в Україні (на які залишається запит) може лише популярна влада, тобто обрана більшістю виборців, і лише у перші півроку після обрання. Після того будь-які її рішення, особливо непопулярні, будуть критикуватися і саботуватися громадянами.

Також важливим поняттям для українців виявилось «європейські цінності». Проте переважна більшість окреслює їх категоріями свободи та верховенства права, але також не заважають на важливість власної відповідальності у даному контексті. Зокрема, можна зробити висновок, що європейська цивілізація постає для українців виключно у позитивному контексті, оскільки у респондентів Європа асоціюється лише з абстрактними поняттями законності, рівноправності тощо. Це свідчить про відсутність розуміння цілісної картини європейської дійсності, а отже – кричного мислення щодо неї.

Українці хочуть стати частиною європейського цивілізаційного простору, проте не приймають його повністю, лише ті його складові, яких не вистачає наразі Україні (свобода слова, повага до законів тощо), зберігаючи консервативність та релігійність своїх поглядів. Таким чином, простежується певний рудимент радянськості мислення певних категорій, які не готові сприймати усі європейські цінності. Відсутнє розуміння того, що інтеграція до європейського простору передбачає цілісне сприйняття усіх домінуючих стандартів та парадигм.

Проте варто зауважити, що простежується чітка відмінність між відповідями респондентів різних вікових категорій – ціннісні орієнтири людей молодого та середнього віку тяжіють до виходу за рамки та відкритості до нового, позаяк люди більш старшого віку схильні до ідеалізації минулого – це так звані прихильники концепції «раніше було краще».

Також простежується повна впевненість у тому, що успішна людина – це матеріально реалізована особистість з високою посадою, що свідчить про недалекоглядність українців, примітивно сформовані ідеали. Можна сказати, що це зокрема є результатом неповаги держави до своїх громадян у вигляді низької плати та відсутності можливостей для розвитку освічених громадян, а також про наявність тих самих радянських відголосків. Таким чином, у суспільстві сформувалось переконання, що знання не є головним та цінним ресурсом у країні – головне вміти заробляти гроші. Такі цінності породжують відсутність критичного мислення, що зокрема призводить до того, що з року в рік люди обирають президента, яким згодом незадоволені. Про це також свідчать результати опитування.

Перемоги країни за 30 років респонденти вбачають лише у ціннісній площині – підняття патріотизму, українського духу, тяга до європейських цінностей. Саме це є головними складовими успіху країни, на їх думку. Відтак українці не мають чим пишатися поза культурною площиною, яка включає популярних у світі спортсменів та співаків. Це характеризує нашу націю як таку, що здатна продукувати конкурентноспроможні продукти лише у культурній сфері, тій яка зосереджена на творчій діяльності. Тож поки у країні немає продуктів економічної чи технологічної сфери, які б українці вказали найвизначнішими та найпрогресивнішими від часів отримання незалежності.

Ба більше, українці сприймають лише те, що має міжнародний імідж і що схвалено «кращими» за нас (зокрема успішнішими країнами). Бажання бути похваленими кимось свідчить про відсутність самостійності у питанні самовизначення українців.

Також, ті об'єкти національної гордості, які існують наразі, сприйняті масовою свідомістю як національно визначні, за допомогою засобів масової інформації та «попсових» піар кампаній. **Тож ми стали жертвами масової культури, яка дісталась до нашої національної самоідентифікації.**

Проте головне, що держава підтримує цю політику і не займається пропагандою тих подій, речей і досягнень, які могли б стати основою для національної гордості.

Щодо чинного Президента Володимира Зеленського, то відповіді респондентів демонструють, що він не зміг вирішити головну проблему усіх керівників в Україні – стати уособленням держави, повноцінним її втіленням для громадян. Володимир Зеленський залишився третім відокремленими суб'єктом у взаємовідносинах «громадянин-держава-президент», як і всі попередні президенти.

Загалом в українців відсутній ідеал президента – лідера, чий стиль та вагомість ухвалених рішень хотілося б повторити та віднайти у новому очільнику держави. Іншими словами, в Україні немає свого умовного Вацлава Гавела – лідера-еталону. Наслідком цього є постійна невизначеність українців щодо чітких вимог, яким має відповідати президент, а отже, кожен новий вибір лідера країни приречений на поразку. Натомість в уявленні українців домінує переконання, що той президент, який «наповнить» пустий холодильник – кращий за будь-який інший варіант.

Крім того, після обрання президентом Володимира Зеленського, українці опинились у становищі безвиході та відчувають страх, адже навіть він, обраний більшістю громадян, також не зміг задовольнити запити суспільства.

Що ж до сучасного образу України в очах її громадян, то українці не сприймають, що наша держава є невдалою, що свідчить про їх оптимістичність навіть за умов складної економічної та політичної ситуації. Проте позитивні риси на цьому закінчуються, адже громадяни переконані, що їх цінності, зокрема патріотичність та віра у світле майбутнє, здатна подолати усі негаразди. Власне такі переконання свідчать про певну міфічність та нереалістичність поглядів громадян. Закладена у свідомості впевненість у власних силах та у примітивній формулі «добро завжди перемагає зло» заважає українцям збагнути, що оптимістичних настанов не вистачить для подолання зовнішніх загроз в обличчі того ж таки Путіна, чи внутрішніх викликів, на зразок корупції чи злиднів.

Зокрема респонденти визнали, що українцям притаманне дещо нездорове почуття власної величі, наслідком чого є приказка «Де два українці – там три гетьмани. Проте це ще раз підтверджує притаманну українцям лінь, бажання перекласти власну відповідальність на інших.

Також українці визнають, що схильні обходити закони та нехтувати правилами, якщо є можливість «домовитися», вирішити питання за допомогою родичів чи знайомих. Проте, на жаль, визнання цього недоліку не зумовлює розуміння українцями причин такого явища та бажання боротися з ним. Жоден з респондентів не вказав на необхідність подолання кумівства та відмови від нівелювання законів. Зокрема це можна пояснити тим, що і сама держава не бореться з цими явищами, не створює умов для громадян для дотримання законів, а політики на власному прикладі демонструють, що особисті зв'язки вирішують все.

Натомість щодо майбутнього українці висловлюють більш позитивні тези, що свідчить про їх оптимістичність. Проте вони окреслюють майбутнє більш абстрактно та невизначено, що свідчить про те, що держава не дає громадянам чіткої візії майбутнього України. Для українців стало нормою життя у невідомості, а тому навіть саме суспільство не має запиту на візію майбутнього.

Це пояснюється впевненістю у тому, що покращення мають з'явитися самі собою, а тому відповідальність щодо майбутнього українці перекладають на долю чи щасливий випадок, а не власні сили. Тож, на жаль, наше суспільство не розуміє, що китайську народну мудрість «Якщо дуже довго сидіти на березі, то рано чи пізно повз тебе пропливе труп твого ворога», неможна застосовувати до українських реалій.

Що ж до майбутніх викликів, то українці сформували їх досить реалістично, проте варто зважати, що зазначені проблеми вже постали перед суспільством та потребують невідкладного вирішення.

Ukrainian
Institute
for the Future

Ukrainian Institute for the Future
6, Pamvy Beryndy Lane, Kyiv
uifuture.org