

Феномени соціальних перетворень

Сергій Біляцький,

кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник

Інституту світової економіки і міжнародних відносин
НАН України,

Наталія Ярова,

кандидат фізико-математичних наук,
старший науковий співробітник

Інституту світової економіки і міжнародних відносин
НАН України

**Дивись, як хитається на вісі стривожений світ;
дивись, як земля і море у всьому їх огромі,
і небо з його глибоким склепінням, і вся природа
тремтить у сподіванні на прийдешній вік.
Вергілій**

Особливістю періоду, який ми переживаємо, є константа флюїдності: стабільність повсюди відступає перед натиском нескінченних змін. Нестабільність, мінливість соціального калейдоскопу (парадокс!) стають визначальною прикметою сучасності. Інтенсивно трансформуються суспільні інститути, динамічно змінюється соціальне, культурне довкілля людини, а відтак і її погляди на сутність і мету буття. Грунтуючись на працях відомих дослідників цього феномена [1 – 3], ми робимо спробу сформулювати певну аналітичну конструкцію, показати, як нинішній матеріальний світ прискорено змінюється, а ці зміни примушують змінюватися й нас. І це відбувається не тільки на рівні споживчої поведінки, але й у морально-етичному та соціально-громадянському плані.

I

Коли аналізуєш радикальні зміни на нашій планеті, тим більше, коли намагаєшся окинути поглядом їх динамічний горизонт, то мимоволі губишся, відчуваєш бідність своєї мови, бо не знаходиш в ній адекватних категорій для визначення глибоко прихованих феноменів, а також і тих,

що з'являються вибухово. Ймовірно, не випадково в останні десятиліття рясно плодяться частки „пост”, „нео”, „анти”, які фіксують новизну, але, по суті, нічого не говорять про її характер. Навіть звичний джентльменський набір – постіндустріальне та інформаційне суспільство, соціальний постмодернізм і новий світовий порядок, кінець історії та зіткнення цивілізацій – нагадує скоріше ярмарку марнослів'я, аніж провидіння. В цій низці, однак, існує поняття, яке, з кожним роком набираючи ваги, стає все багатограннішим, поліфонічним, неоднозначним. Це – **глобалізація**.

Першим та миттєвим наслідком процесів глобалізації для України стала поява в країні **світових брендів і торгових марок**. Про існування багатьох з них ми знали досить добре й раніше, однак люди середнього і старшого віку погодяться, що вони були доступні лише невеликому прошарку населення, який час від часу мав нагоду (чи дозвіл) побувати за кордоном або ж користувався доступом до спеціальних магазинів-розподільників. Сьогодні ці бренди й торгові марки широко представлені на всій нашій території. І виявляється, що глобалізація – це не просто теорія, тому що „глобальні” товари і продукти таких компаній, як „Pepsi” і „Coca-Cola”, „Marlboro” і „Kent”, „Levi's” і „Adidas”, не тільки продаються, але й виробляються в Україні.

Брендунням товарів і продуктів переймаються тепер і місцеві виробники, гарячково вишукуючи свої ніші на локальних ринках. **Регіональні бренди** успішно конкурують з національними та світовими в регіонах України, особливо з таких категорій товарів, як кондитерська продукція, майонези, сири, ковбаси, горілка тощо. Тобто, тут глобалізація вплинула не стільки на зміст, скільки на форму просування товарів і послуг.

Існує ще один феномен глобалізації, який призвів до того, що такі колись суто національні продукти, як піца, йогурт, гамбургер, стали загальносвітовими, а тепер, потрапивши до України, швидко стали й у нас звичними товарами масового попиту.

За останні п'ять років чисельність українських покупців, які погоджуються платити дорожче за екологічно чисті продукти, зросла майже на 20 %. Згідно з опитуваннями, 57 % громадян України підтвердили свою згоду платити більше за екологічно здорове харчування.

Турбота про здорове харчування призвела до того, що під впливом екологів (іноді виправдано, іноді й ні) в Україні утворились два товарні ринки: з одного боку, величезна кількість, наприклад, систем очищення води, а з іншого – питної води у пляшках. За оцінками маркетологів, середній українець споживає 18 літрів такої води на рік. Якщо врахувати, що в Росії цей показник дорівнює 20 літрам, у Польщі – 50, а в Чехії – 85, то потенціал зростання оцінюється дуже високо [4 – 7].

Ритм життя, особливо у міських і промислових агломераціях,

безперервно прискорюється. Соціологи вважають, що мотивація до збагачення безпосередньо впливає на характер і тривалість терміну зайнятості активного населення. Не дивина, мабуть, те, що чим сильнішою є мотивація, тим очевиднішими є наслідки. Сьогодні частка бідного населення у сільській місцевості України оцінюється у 32,4 %, а у містах – 15,9 %. При тому, що в Києві ця частка складає всього 7,6 %, а в інших містах у середньому 17 %.

Зайнятість та інтенсивність праці примушує людей скорочувати час, який витрачається на невиробничі процеси, наприклад, на приготування їжі. Наслідок: за чотири останні роки удвічі зросли витрати населення (з 2 % до 4 %) на харчування поза домівкою. Той, хто не полишає цієї звички, переходить на напівфабрикати й заморожені овочі. Зростання сегменту заморожених овочів складає в середньому 25 % на рік.

Услід за зміною смаків, найпростіших споживчих потреб і звичок відбуваються зміни й соціально-поведінкового характеру. Так, явним є все більша заклопотаність проблемою здоров'я, здорового способу життя. Все більше людей відмовляється від тютюнопаління, споживання міцних спиртних напоїв. Все більше стає охочих відвідувати фітнес-клуби, спортивні центри.

Після досить тривалого періоду елементарного виживання 75 – 80 % населення починає задовольняти свої базові потреби. Тобто, старе гасло „Хліба й видовищ!” спрацьовує і тепер: отримавши „хліб”, населення шукає розваг. Якщо раніше головними складовими розваг були численні в Києві казино та нічні бари, то зараз цей спектр дозвілля швидко диверсифікується. Зростає кількість торговельно-розважальних комплексів з багатозальними кінотеатрами, боулінгами, танцзалами. З'явилися й зовсім нові для України види спортивних і розважальних ігор: гольф, пейнтбол, керлінг тощо. Все частіше активна частина населення відвідує ресторани, виїздить на відпочинок за кордон, захоплюється екстремальними видами спорту.

Експерти відзначають, що чоловіки все більше клопочуться про свою зовнішність. Вони не тільки ретельніше стежать за модою, краще й дорожче вдягаються, але й купують більше косметичної продукції, у зв'язку з чим з'явилися цілі лінії чоловічих шампунів, лосьйонів і кремів. У Києві та інших великих містах навіть відкрилися спеціалізовані чоловічі салони краси.

З іншого боку, за оцінками маркетологів, жінки зрівнялися з чоловіками за придбанням електронної техніки Hi-Fi і наздоганяють їх за покупками автомобілів-позадорожників. Зміни в харчуванні, способі життя призвели до того, що за останні десятиліття середній українець став вищим, його взуття – ширшим. Однак маємо і негатив – ожиріння, на яке страждає сьогодні вже кожний четвертий наш співвітчизник.

II

Екс-президент США Б. Клінтон із спортзалу школи рідного Арканзасу повідомив нації, що в його країні школярів з надлишковою вагою близько 30 % і що вони – „перше покоління американців, які через переїдання та недостатню фізичну активність житимуть менше, ніж їхні батьки”. Б. Клінтон має намір за десять років змінити таку тенденцію. Ця заява миттєво викликала купу коментарів. Адже Б. Клінтон і сам багато років боровся із зайвою вагою. Люди, що не вірять в успіх нового починання, впевнені, що свій виступ екс-президент відзначив ленчем у сусідньому McDonald's. Ті ж, хто вірить, підкреслюють, що Б. Клінтон знає, про що говорить: у юності він важив під 100 кілограмів.

Вдатися до пропаганди здорового способу життя екс-президента змусили проблеми з серцем: після аортокоронарного шунтування він дуже схуд. „Лікарі пояснили, – зізнався Клінтон телеканалові Ей-Бі-Сі, – що проблема в тому, що я роками харчувався неправильно”. „Неправильно” – це м'яко сказано. Його пристрасть до пишних піц, соковитих гамбургерів, попкорну (одне слово, до всього, що в Америці зветься junk food) можна порівняти хіба що з його захопленням джоггингом. В нього Б. Клінтон (звичайно, у супроводі охоронців у краватках) примудряється грати скрізь – на Тверській у Москві, на авіаносці у відкритому морі та навіть, як подекують, по дорозі до того ж McDonald's.

Зараз екс-президент прозрів. Може, Америка і не схудне, але кар'єра Б. Клінтона як борця за політкоректність у харчуванні забезпечена.

В гонитві за матеріальними цінностями українці, звичайно, чимало втрачають. Наприклад, ми вже не читаємо більше за всіх у світі. За даними дослідницької компанії „NOP World”, ми сьогодні за цим показником опинились на сьомому місці у світі (7,1 години на тиждень). Лідери рейтингу – індійці – витрачають на читання 10,7 години на тиждень. Високі показники мають також Китай, Таїланд, Філіппіни, Єгипет, Чехія. Втіхою для нас може бути хіба те, що американці опинились аж на 23 місці (5,7 години).

III

Світ навколо нас став жорсткішим (якщо не жорстокішим). Відчуття божевілля світу, агресивності середовища і не завжди радісних змін не полишає багатьох українців. І ця думка зовсім не видається безпідставною.

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, число психічних захворювань у розвинених країнах, порівняно з 1960-ми роками, зросло у 10 – 15 разів і складає 5 – 10 % проти 0,4 – 0,8 %. Достеменно встановлено, що на депресію страждає майже 3 % населення Землі, тобто близько 100 мільйонів чоловік. Процент хворих на шизофренію

сягає 1,4 %.

„Цивілізоване благополуччя”, якого ми прагнемо, збільшує, а не зменшує ці цифри. У світовому рейтингу суїцидів (а це, до певної міри, теж діагноз психічного здоров'я країни) ми успішно просуваємось до його верхніх рядків. На 100 000 населення Латвія лідирує з цифрою 42,5. В Україні цей показник сягає 36,8, а у США – 13.

Отже, є над чим помізкувати, враховуючи те, що можна говорити про національну схильність до психічних зривів, депресій, суїциду. В тих же США 90 % суїцидальної поведінки припадає на людей з білим кольором шкіри.

Ще одна характерна риса сьогодення – конфлікт поколінь. Він розгортається завше там, де руйнуються традиційні для певного суспільства соціальні інститути – сімейні, станові, бюрократичні, коли покоління опиняються ніби на історичному перехресті.

В Російській імперії після реформ 1860-х років, які відкрили доступ до освіти представникам усіх станів, з'явилась велика кількість освіченої молоді, котра не могла знайти собі застосування. Надлишок інтелігенції обумовив те, що віковий конфлікт трансформувався в конфлікт соціально-політичний, а слово „студент” стало синонімом слова „революціонер”. Приблизно те ж саме відбулося й у Німеччині наприкінці XIX століття. Зародився опозиційний молодіжний рух із своєю ідеологією. Відтоді бунт проти влади батьків, вчителів, чиновників – проти всіх старших за віком – дістав назву „порятунок внутрішньої свободи”, молодь стала не віковою групою, а політичною силою із своєю молодіжною культурою.

Соціальні зміни спровокували молодіжний бунт навіть в Китаї, де державно-бюрократична система протягом багатьох віків була жорстко пов'язана з віком. Класичний приклад використання молоді для відсторонення від влади старшого покоління – Китай епохи „культурної революції”, коли, відгукнувшись на заклик Мао Цзедуна, молодь розправилася із старшим поколінням партійно-бюрократичного апарату.

В СРСР періоду застою, як, зокрема, в колоніальній Африці, спостерігався розклад традиційної системи зміни поколінь. Всі командні пости зосереджувалися в руках представників старшого покоління. Всі атрибути соціального престижу – наукові та почесні звання, урядові нагороди – були пов'язані з досягненням певного віку. На думку деяких політологів, перебудова в СРСР розпочалася як бунт „других секретарів”, яким було по 40 років, проти „перших секретарів”, яким було далеко за 60.

Будь-які різкі зміни – соціально-економічні, технічні чи культурні – призводять до того, що диктатура старих змінюється на диктатуру молодих.

Сучасному підлітку важко відчувати повагу до батька, який не знає, як працювати з електронною поштою. Замість того, щоб гордитися

прожитими роками, сучасна людина будь-якими засобами прагне продовжити молодість: виснажує себе фізичними вправами та дієтами, намагається бути в курсі молодіжних захоплень і нових віянь. Молодіжна мода диктує дорослим, як одягатися, яку музику слухати та які телепередачі дивитися. Але це ще півбіди. Набагато серйозніші наслідки з'являються тоді, коли культ молодості вторгається у сферу бізнесу і професійної кар'єри.

Кілька років тому в США поширилась ідеологія „згоряння менеджера” до 40 років. Для неї знайшли й теоретичне підґрунтя („криза середнього віку”), а також й емпіричні докази (уповільнення у сорокарічних швидкості перебігу нервових процесів та обміну речовин).

Лише недавно американці опам'яталися і дали задній хід. Вони зрозуміли, що коли на тлі неухильного зростання тривалості життя проповідувати соціальну смерть у 40 років, то в суспільстві незабаром залишаться одні соціальні мерці. Було ухвалено закони, що забороняють дискримінацію за віковою ознакою при прийомі на роботу, а спеціалісти з управління людськими ресурсами запропонували нову теорію: вік ідеального топ-менеджера становить 56 – 57 років. Це підтверджено емпіричними дослідженнями: саме таким є середній вік керівників найбільших американських корпорацій.

Що ж стосується України, то тут ліміт для професійної кар'єри зовсім жорсткий. Якщо довіряти останнім опитуванням, то на більш-менш пристойну посаду можуть розраховувати лише 30-тилітні особи: всі, кому за 40, несуть на собі невиправний відбиток радянського минулого й підозрюються в ганебних зв'язках з попереднім режимом. Типові фігури вітчизняного бізнесу – це 27-річний директор великого банку або 30-тирічний власник промислового підприємства.

І ще один феномен нашого часу – трудовоголік.

Праця по 14 годин на добу, 6 днів на тиждень, 5 – 6 хвилин на обід, 5 днів відпустки на рік. Ось технічні параметри трудовоголіка. Може здаватися, що такий ритм забезпечує успіх. Але це не так. Трудовоголізм нагадує хворобу. На початковій стадії він може бути навіть на благо. Адаже й отрута змії у невеликій дозі – ліки.

Бізнес – це робота на результат. Менеджерові, який розпочинає кар'єру, важливо продемонструвати шефу, що він завжди готовий взятися за вирішення будь-яких завдань, „кинутися на амбразуру”. Так набувається досвід, що, зрозуміло, дуже корисно на старті. Але для сталого кар'єрного зростання такий підхід невиправданий. Не можна керуватися принципом „орати з ранку до ночі”, хапаючись на роботі за все підряд. Стаханівські методи не підходять для сталого, планомірного розвитку кар'єри.

Бізнес розвивається шаленими темпами. Сьогодні перемагає той, хто має уяву про багато речей, але спеціалізується на одній дисципліні. Хто

вважає, що може досягти успіху лише завзяттям, має зрозуміти: уявна універсальність трудоголіка, така корисна на старті його кар'єри, з часом стає тягарем. Всього – багато, але нічого – досконально. Тому для кар'єрного зростання трудоголізм небезпечний. І ще небезпечніший він для здоров'я. А коли немає здоров'я, то про яку кар'єру може йтися?

IV

Економісти, звичайно ж, не можуть робити прогнозів стосовно очікуваних наукових проривів, спроможних змінити все обличчя цивілізації. Але на 15 років прогнози в межах діючої соціально-економічної парадигми цілком закономірні й можуть бути корисними для маркетингу [8].

Французькі й американські спеціалісти вважають, що відеокасети закінчать своє існування в 2006 – 2007 роках. Їх убивцями стануть DVD, оскільки вони мають багато переваг. Уже з 2005 року великі фірми переходять винятково на адресний випуск касет. Відеомагнітофон і касети найдовше залишаються в дитячих кімнатах, що пояснюється їх дешевизною і простотою.

Швидкий кінець телебаченню (2010 рік) в його нинішньому форматі пророкує Б. Гейтс. У його інтерпретації телевизор перетвориться на різновид комп'ютера, підключеного до Інтернету (або до іншої мережі). Користувач складатиме індивідуальну програму передач, яку зможе отримувати в зручний для нього час. Проте такий прогноз Б. Гейтса нам здається передчасним. Сам Інтернет перебуває нині у важкому стані (в нинішньому його форматі). Наявні в Інтернеті відеопрограми поки що далекі від досконалості. Крім того, цифровий формат телебачення повинен надати йому другого дихання. Свое слово скаже й телереклама та різноманітні системи промивання мозків. Нам здається, що існуванню телебачення (на сучасному рівні технологій) ніщо не загрожує протягом найближчих 50 років.

Знаний спеціаліст з Інтернету Х. Карі (Фінляндія) вважає, що до 2007 року сучасний Інтернет припинить існування під дією спаму та вірусів. Спам-листи вже сьогодні складають 80 % обсягу електронної пошти. Вони ж є головними носіями вірусів. Незважаючи на жорсткі заходи, що застосовуються до хакерів і спамерів, ці особи поведуться все зухваліше. Нова мережа (такий собі Інтернет-2) має бути захищена від незаконних вторгнень комерційними методами, але це вже приведе до кінця демократії в мережі [9].

Мобільні телефони завдали смертельного удару таксофонам. Таксофони тепер прагнуть схрещувати з доступом до Інтернету. Обмежена кількість таксофонів залишається як найбільш надійний вид зв'язку в надзвичайних умовах, коли мобільний зв'язок перевантажений.

Фотоапарати з фотоплівками, як вважають експерти таких фірм, як

Kodak, зникнуть до 2007 – 2008 року й будуть замінені цифровими. До того часу ціни на цифрову фототехніку зрівняються з цінами на техніку з фотоплівками. Поступово зникне і традиційний кінематограф. У багатьох фільмах замість живих акторів вже зараз грають їх віртуальні колеги. Навчилися навіть „повертати до життя” відомих акторів (так було з Л. Олів'є у фільмі „Небесний капітан”). Цифрові технології заміщують і звичайну кіноплівку – до 2008 року, на думку експертів, заміна буде вже повною.

Паперові книги теж приречені на заміну електронними технологіями. У будь-якому випадку це, в першу чергу, стосується технічної літератури. Повне відмирання книги навряд чи станеться – це вже ціла культура, а не тільки носій інформації.

Щодо інших галузей техніки, то варто згадати виробництво побутових роботів – їх просування на ринок затрималось через дешеву імміграцію із слаборозвинених країн. Проте вже до 2007 року очікується значне (в 7 разів) збільшення випуску домашніх роботів.

Варто підкреслити, що всі прогнози, які стосуються енергетики та інших базових ресурсів (нових видів), поки що не справдилися. Така ж доля спіткала й прогнози стосовно штучного інтелекту.

V

Швидкість змін у житті людства невпинно зростає. Глобальна економіка сприяє миттєвому розповсюдженню нових продуктів та ідей по всьому світу. За 5 років мобільна телефонія (кінець 2004 року) зросла з 10 до 100 мільйонів абонентів. Широкополосному доступу до Інтернету для цього знадобилось три роки. Розвиток епідемії споживацтва в розвинених країнах різко скорочує життєвий цикл товарів та ідей – скорочує терміни розробок і просувань. Так, ще 5 років тому нова модель Audi створювалась за 60 місяців, зараз – за 40. Від дизайнерського задуму до початку продажу нової моделі одягу минає всього три тижні.

2003 року людство отримало інформацію, яка дорівнює 500 тисячам бібліотек конгресу США, - інформаційне перевантаження призводить до збільшення собівартості продукції та робить дорожчим її просування. В інформаційній шттовханині традиційні методи маркетингу вже не спрацьовують. Освіта – товар, який швидко псується. Половина знань інженера старіє за 5 років, лікаря – за 7.

Зростаючі темпи змін вимагають нових підходів до ведення всіх складових бізнесу, потрібні нові ідеї. Виникли протиріччя між зростаючою кількістю та складністю проблем і спроможністю людей (сьогодні) вирішувати ці проблеми. Помилки при вирішенні проблем коштують дорого – список „Топ 100” за останні 15 років змінився на 80 %.

Для тих, хто працює на щільному усталеному ринку, креативні рішення – єдиний спосіб вирватися вперед: потрібні нові ідеї в бізнесі

та його просуванні. Для економіки необхідний творчий працівник у масовому масштабі – потрібно „демократизувати” творчість, тобто розробити масові технології творчості, а точніше – технології пошуку та вирішення проблем, нового стилю мислення.

Fortune називає найбільш затребуваною професією початку XXI століття менеджера з швидкого прийняття рішень (експерт із зміни діяльності компанії). В Україні таких спеціалістів називають менеджерами з стратегічного мислення та прийняття рішень.

З початку 1990-х років компанії Заходу розпочали війну за талановиті голови. Ситуація нагадує стан у європейському футболі. По суті, всі таланти розкуплені, тасується одна колода. Розширити її пропонується за рахунок „інших” – за культурою, галуззю бізнесу, професією, сексуальною орієнтацією, особистим досвідом тощо. Іноді введення такого „блазня при дворі” допомагає, але частіше – ні.

Пропонується також масове залучення працівників до пошуку новачій за рахунок створення для них сприятливих умов (конкурси ідей, корпоративні університети тощо). Однак цей метод, як і попередній, жодного разу не привів до помітних бізнес-проривів. В Японії та США пропонується шукати талановитих людей серед молоді, починаючи зі шкільного віку. В США здійснюється „Проект Едісона”, куди до 2010 року буде відібрано з приватних шкіл 2 мільйони дітей.

Відбір творчих людей досить успішно здійснювався в СРСР через державні школи спеціального спрямування, зарахування до яких відбувалося за жорсткими тестами креативності. В Україні такі проекти отримали вузько комерційну спрямованість і розумних результатів не дають.

Ні шкільна, ні вища освіта не вчать системно (з урахуванням віддалених наслідків) вирішувати, а тим більше шукати проблеми. Способів такого навчання креативності – мислити інакше, ніж інші, людство поки що не вигадало. Найрозумніше – не заважати людині належати собі.

VI

Спостерігається наростання хвилі консерватизму. Консерватизм означає прихильність до старого, настановлення на збереження існуючого. У наш час це спостерігається в різних сферах життєдіяльності – побуті, сімейно-шлюбних відносинах, у мистецтві тощо.

Ринок, з яким пов'язувалося багато сподівань, як виявилось, є дуже складною конструкцією, котра не складається сама собою – тут необхідні значні організаторські зусилля з боку держави. Державної підтримки потребує і підприємництво. Зрозуміло, що при цьому важливо захистити законом підприємців від сваволі чиновників, а потужною правоохоронною системою – від тиску організованої злочинності.

Ідея сильної держави як засобу організації громадянського суспільства, єднання його у щось цілісне – це теж ідея консерватизму.

Сила держави не в численності її апарату, а в компетентності, чесності і самовідданості людей, які входять до складу цього апарату. Тому йдеться про інтелектуальну та моральну силу держави. Зрозуміло, що сильна держава неможлива і без примусу економічного та й фізичного, коли постає загроза для порядку, який панує в суспільстві.

Навряд чи можна висунути якесь вагоме заперечення проти ідеалів, що висувуються лібералами, які у нас прозиваються демократами. Йдеться лише про те, що радикальні революційні намагання перетворити дійсність з позицій цих абстрактно правильних ідеалів призвели до погіршення умов життя народу, до деградації суспільства. І це зрозуміло, якщо пам'ятати, що для радикалів усіх кольорів та відтінків характерним є спрощений погляд на можливість трансформації суспільства. В цьому радикальні ліберали подібні до радикалів- більшовиків.

Слід ще раз підкреслити тезу консерватизму про те, що **людина не має права з легкістю брати на себе місію перетворення світу через обмеженість людського розуму, принципово не здатного передбачити всі наслідки свого втручання. Тому завжди при здійсненні будь-яких соціальних проектів необхідно бути готовими до появи неочікуваних негативних наслідків. Суспільство не технічна система, параметри якої добре відомі та елементи якої можна легко замінити, а організм, який відзначається підвищеною складністю.** Тому до суспільних трансформацій більше підходить поняття „вирощувати”, ніж „робити”. Розвиток соціуму повинен бути природним процесом росту, який тільки спрямовується на основі врахування внутрішніх особливостей, тенденцій соціального організму. Тут небажані круті злами (революційні зсуви), що руйнують соціальну тканину, залишаючи важко загоювані рани та рубці. Поступовість, обережність у соціальних перетвореннях, перевага „творення” зростання – також традиційні лозунги консерваторів.

Кожній країні властивий **свій** консерватизм. У посткомуністичних суспільствах переважною формою консерватизму залишається консерватизм соціалістичний. Зрозуміло, існує і консерватизм, що виражається у намаганні відродити докомуністичне, дореволюційне минуле, але він менше представлений у суспільній думці та політичній практиці, хоча й не втратив перспективи.

VII

Чи змінилися ми в цьому швидкоплинному світі? Об'єктивну відповідь на це запитання нам самим, на жаль, не дати. Та й хто зможе адекватно це виміряти й оцінити? У нових поколінь будуть свої проблеми та завдання... А нам належить жити далі і розвиватися разом з усім світом, і це, мабуть, головне наше надбання на межі віків і тисячоліть, коли нам

випало жити, працювати, відчувати і виражати свої з певною мірою об'єктивності почуття.

Лише не так давно прийшло усвідомлення різниці між глобалізацією як тенденцією, котра визначається могутністю цивілізації, її спроможністю ефективно проєціювати себе у планетарному масштабі, і глобалізмом як визначальним цивілізаційним стандартом, світоглядом, що має свої темні сторони і породжує свою антитезу – антитоталітарний порив, що захищає право на альтернативне прочитання майбутнього, – ідеологію та рух антиглобалізму. Інтегруючи тенденції індивідуалізації і комунітаризації, рафіновані інтелектуальні дискусії та спонтанний ідеологічний кіч, він перетворює феноменологію протесту проти гримас глобального капіталізму в неоднорідну субстанцію з різними наслідками, окреслюючи в такий спосіб край потенційного джерела влади.

Незважаючи на карикатурно змальований у ЗМІ образ, антиглобалізм швидко заповнює певний вакуум, який дістався йому у спадок від антитоталітарних поривів минулого – антифашизму, антиімперіалізму, антикомунізму. При цьому сам феномен, здається, зростає на дріжджах багатолікого лівого руху [10]. Однак не все так просто й однозначно.

Людина інтерпретується як істота, що спонукається одночасно інстинктом, почуттями і розумом. Зло сприймається як щось притаманне природі людини, а не певним соціальним порядком. Суспільство стоїть вище окремого індивіда, і права людини впливають з її обов'язків.

Соціальна організація складна, багатогранна, ієрархічна, її спрощення не допустиме. Краще підтримувати існуючі інститути та спосіб правління, які втілюють мудрість попередніх поколінь, ніж неапробовані новації. Намагання ліквідувати існуюче зло зазвичай приводять до ще більшого безладдя [11].

Зміни, що відбуваються, можна, звичайно, пояснити посиленою прагматизацією буття сучасної людини. Справді, нерідко доводиться стикатися з такою точкою зору: довгий час у світі домінували цінності, а нині переважають інтереси, тобто відбувається спрощення цивілізації. На перший погляд, справи йдуть саме таким чином. Однак чи можна всю феноменологію змін обійняти подібною раціоналізацією? Мабуть, ні, це було б поверховим прочитанням ситуації: крім явного спрощення та навіть примітивізації деяких сторін життя ми маємо справу з інтенсивним процесом соціальної творчості, із зміною соціокультурних очікувань, з різними проявами енергійного та специфічного світосприйняття, з оригінальним переосмисленням системи взаємовідносин у межах тріади **людина – світ – Бог**.

Література:

1. Губернський Л., Андрущенко В., Михальченко М. Культура.

Ідеологія. Особливість: Методологічно-світоглядний аналіз. – К., 2002.

2. **Римаренко Ю. І., Шкляр Л. Є., Римаренко С. Ю.** Етнодержавознавство. Теоретико-методологічні засади. – К.: Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2001. – 264 с.

3. **Полянська В.** Впорядкування політичної комунікації та процес реалізації символічної політики // Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні. / За ред. Максименка С. Д., Циби В. Т., Шайгородського Ю. Ж. та ін. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2003. – 512 с.

4. Статистичний щорічник України. – Київ, 2001.

5. Статистичний щорічник України. – Київ, 2002.

6. Статистичний щорічник України. – Київ, 2003.

7. Статистичний щорічник України. – Київ, 2004.

8. **Зуев А., Мясникова Л.** Впереди цифровая революция // Свободная мысль – XXI. – 2003. – №5.

9. **Зуев А.** Безопасность в виртуальном пространстве // МЭиМО. – 2003. – №9. – С. 13 – 16.

10. Антиглобалистское движение: Тенденции и перспективы // МЭиМО. – 2002. – №2.

11. **Тоффлер Э.** Шок будущего: Пер. с англ. – М.: ООО „Изд-во АСТ”. – 2002. – С. 5 – 7.