

УДК316.276, 316.75, 316.752

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕМПІРИЧНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ІДЕОЛОГІЧНИХ УЯВЛЕНЬ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ

Білоус Євгеній В'ячеславович – аспірант факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

У статті проаналізовано підходи до емпіричної ідентифікації ідеології, поняття якої переосмислено та розглянуто на рівні ідеологічних уявлень мас. З'ясовано сутність, особливості та недоліки існуючих способів вивчення ідеології у масовому сприйнятті. Встановлено, що пряме вимірювання ідеології можливе через постановку закритого запитання у формі шкали з протилежними ідеологічними позиціями, закритого переліку основних ідеологічних течій, або відкритого запитання стосовно самоідентифікації. Незважаючи на відносну методологічну простоту, пряме вимірювання не завжди дозволяє отримувати валідні результати. Труднощі виникають через нетривіальність порушених тем та недостатню компетентність носіїв ідеологічних уявлень, які не мислять складними категоріями. Доведено, що ідеологічні уявлення мають зв'язок із базовими цінностями та життєвими принципами, які більш доступні для сприйняття, а відтак – вимірювання. Для вирішення проблеми емпіричної ідентифікації ідеологічних уявлень, запропоновано використовувати методику діагностики соціальної спрямованості особистості, в основі якої – дослідження ціннісних орієнтацій. Стаття може бути цікавою для політологів, соціологів, філософів та інших фахівців, які звертаються до аналізу ідеології та ідеологічних процесів, зокрема на рівні ідеологічних уявлень мас.

Ключові слова: ідеологія, ідеологічні уявлення, цінності, соціальна спрямованість особистості.

В статье проанализированы подходы к эмпирической идентификации идеологии, понятие которой переосмыслено и рассмотрено на уровне идеологических представлений масс. Выяснена сущность, особенности и недостатки существующих способов изучения идеологии в массовом восприятии. Установлено, что прямое измерение идеологии возможно через постановку закрытого вопроса в форме шкалы с противоположными идеологическими позициями, закрытого перечня основных идеологических течений, или открытого вопроса о самоидентификации. Несмотря на относительную методологическую простоту, прямое измерение не всегда позволяет получать валидные результаты. Трудности возникают из-за нетривиальности затронутых тем и недостаточной компетентности носителей идеологических представлений, которые не мыслят сложными категориями. Доказано, что идеологические представления имеют связь с базовыми ценностями и жизненными принципами, которые более доступны для восприятия и, следовательно – измерения. Для решения проблемы эмпирической идентификации идеологических представлений предложено использовать методику диагностики направленности личности, в основе которой – исследование ценностных ориентаций. Статья может быть интересной для политологов, социологов, философов и других специалистов, которые обращаются к анализу идеологии и идеологических процессов, в частности на уровне идеологических представлений масс.

Ключевые слова: идеология, идеологические представления, ценности, социальная направленность личности.

The article analyzes the approaches to the empirical identification of ideology, the concept of which is redefined and considered at the level of ideological representations of the masses. The essence features and disadvantages of the existing methods of specification of ideology in mass perception are found out. It has been established that direct measurement of ideology is possible through the formulation of a closed question in the form of a scale with opposing ideological positions, a closed list of main ideological currents, or an open question about self-identification. Despite the relative methodological simplicity, direct measurement does not always allow us to obtain valid results. Difficulties arise due to the non-triviality of the issues and the lack of competence of the bearers of ideological ideas who do not think in complex categories. Instead, it has been established that ideological ideas are related to basic values and principles that are more accessible to perception, and to measurement. In conclusion it was proposed the strengthening of the methodology of diagnosing the orientation of personality, on the basis of which the solving of empirical identification of ideological representations is made. The article could be recommended to political scientists, sociologists, philosophers and other specialists who are interested in analyzing ideology and ideological processes, in particular – at the level of ideological ideas of the masses.

Keywords: ideology, ideological representations, values, social orientation of the person.

Увага зарубіжних та вітчизняних науковців, які працюють у галузі філософії, політології, культурології та соціології, до феномену ідеології засвідчує її загально-світоглядне значення. Важливість вивчення ідеології полягає у тому, що вона має низку «оціночноповедінкових» функцій, а саме: консолідації (об'єднання і мобілізація соціальних груп), цілепокладання (визначення цілей у практичній, пізнавальній та оціночній діяльності), управління (насамперед у державній сфері), легітимації (виправдання рішень та дій), аксіологічну (включає ціннісно-орієнтаційну та оціночну підфункції), комунікативну (трансляція трансформованих в ідеологеми світоглядних ідей та цінностей) [6, с. 44-45]. Реалізацію функції управління, легітимації та комунікації російський дослідник В. Притков бачить як амбівалентний процес. На нашу ж думку, окрім них, амбівалентними є й інші функції, зокрема консолідуюча функція, оскільки ідеологія може і роз'єднувати носіїв різних, почасти протилежних поглядів; функція цілепокладання, оскільки ідеологія може стримувати від реалізації тих чи інших цілей.

Незважаючи на велику увагу дослідників до ідеологічних феноменів, поняття «ідеологія» залишається достатньо дискусійним у науковій спільноті. У фаховій літературі знаходимо, як мінімум, три найзагальніші підходи до його розуміння. За одним із них, який притаманний американській політології, ідеологія охоплює специфічні види переконань, за іншим, марксистським, підходом вона включає хибні, перекручені ідеї та переконання, за третім підходом, який використовується в соціології знання, поняття «ідеологія» вживається для позначення будь-якої сукупності переконань у найрізноманітніших сферах, незалежно від того, істинні ці переконання, чи хибні [8].

Сучасні дискусії щодо поняття «ідеологія» точаться навколо останнього підходу, в межах якого ідеологію розглядають «не лише як інтелектуальний продукт, але як ідеї звичайних чоловіків і жінок». Саме в руслі такого підходу, обгрунтовуючи соціальні трансформації в Україні, І. Попова вводить до наукового обігу поняття «повсякденна ідеологія» [5]. Таку позицію підтримують й інші дослідники, розглядаючи ідеологію в повсякденному контексті [2; 7; 22]. На нашу думку, коректніше вести мову все ж не про «повсякденну ідеологію», а про ідеологічні уявлення в повсякденній свідомості, під якими розуміємо погляди особистості на соціально значимі цінності. На основі цих поглядів ми можемо здійснювати групування людей, котрі їх поділяють і спрямовуються під їхнім впливом на спільні дії. Таке групування є доцільним, зважаючи на велике різноманіття поглядів, що виникають внаслідок неоднозначності та складності явищ навколишнього світу, сфер людської життєдіяльності. Вивчення ідеологічних уявлень, які характерні окремим соціальним групам суспільства, дозволяє зрозуміти їхні інтереси, потреби та потенційні зони напруження. Як було зазначено вище стосовно амбівалентної сутності консолідуючої функції ідеології (а відтак, і ідеологічних уявлень, які виконують ті ж функції, що й ідеологія) ідеологічні уявлення можуть роз'єднувати носіїв протилежних поглядів. Крім того, ідеологічні уявлення однієї групи людей можуть легітимізувати існуючі нерівності, а іншої – легітимізувати боротьбу проти цих нерівностей, що в кінцевому рахунку веде до виникнення соціальної напруженості, конфліктів, революцій, війн. У цьому контексті варто згадати Дж. Тернера, який обгрунтував твердження: «Чим вищою є ідеологічна єдність групи, тим у більшій мірі конфлікт виходить за межі індивідуальних, вузько егоїстичних інтересів» [9, с. 113]. Звідси соціолог виводив такі положення: «Чим вища ідеологічна єдність групи, тим у більшій мірі групові цілі мають колективний характер і виходять за межі егоїстичних індивідуальних інтересів» та «Чим вище ідеологічна єдність групи, тим більш усвідомлено починатимуться конфлікти, тим більшою мірою вони будуть виходити за межі егоїстичних індивідуальних інтересів» [9, с. 113].

Попри початкову необхідність вивчення ідеологічних уявлень на рівні повсякденної свідомості, досі недостатньо розробленими залишаються емпіричні методи фіксації таких уявлень. Справа в тому, що потреба структурування поглядів, а відтак – групування осіб, які поділяють ці погляди, спричинила появу класифікації ідеологій, яка стала традиційною, а саме: виокремлення «лівих» та «правих», «ліберальних» та «консервативних» ідеологій. Відтак, постала наукова дискусія щодо сутності та способів вимірювання ідеології, яка розуміється зазвичай як певна доктрина, система поглядів стосовно суспільних явищ, що виражає інтереси соціальних утворень (груп, класів, партій тощо) і має оціночний характер. Варіюється й розуміння впливу ідеологій на людську поведінку. Частина дослідників вважає, що прихильність до тієї чи іншої ідеології дозволяє носіям відповідних поглядів займати послідовні позиції по відношенню до різних політичних об'єктів [14, 24]. Коли людина розуміє логіку згаданого континууму, розміщує себе на ньому, то в подальшому вона буде вибудовувати власну систему оцінок, відштовхуючись від своїх позицій. Інші науковці вказують на обмежений вплив одновимірної моделі ідеології, або взагалі заперечують вплив ідеології, зазначаючи, що люди не мислять «ідеологічно» [14, 19]. Виходячи з розуміння ідеологій та їхнього потенційного впливу на людську поведінку, варіюються і способи їхнього вимірювання. В той же час не береться до уваги те, що ідеології не існують у чистому вигляді, а у форматі ідеологічних уявлень, тобто в поглядах особи на соціально значимі цінності.

Таким чином, **проблема**, що зумовила необхідність нашого дослідження, полягає у невизначеності засобів емпіричної ідентифікації ідеологічних уявлень масової свідомості.

Метою даної статті є методологічне обґрунтування способів емпіричної ідентифікації ідеологічних уявлень.

Перш ніж перейти до питання ідентифікації ідеологічних уявлень, проаналізуємо існуючі підходи до вимірювання ідеології. Серед тих, хто розглядає ідеологію в одновимірній системі координат, для вимірювання використовується методика, за якою респондентам зазвичай пропонується розмістити себе на шкалі, протилежними полюсами якої є позиції «лівий» і «правий». Саме таким чином найчастіше здійснюється дослідження ідеологічних преференцій населення в національних та міжнародних дослідженнях. Зокрема, в дослідженні European Social Survey респондентів запитували: «У політиці люди часто говорять про «лівих» та «правих». За допомогою цієї картки, скажіть, де б Ви розташували себе на цій шкалі, якщо 0 означає «Ліві», а 10 означає «Праві»?» [3, с. 5].

Звичайно, що згаданий вище інструментарій далекий від ідеалу, його часто критикували за різними підставами: за те, що не враховує багатовимірності системи уявлень; за ототожнення ідеологічної поміркованості з невизначеністю або незнанням (серед тих, хто дає відповіді на кшталт «не знаю»); за те, що, будучи інтервальною шкалою, згадане вище запитання встановлює еквівалентні значення між скалярними точками – перехід від «ліберала» до «помірного ліберала» репрезентує аналогічну дистанцію між «ліберал в деякій мірі» і «помірний»; за те, що передбачає одновимірну симетрію в конструкції атит'юду – ліберал є «консерватором навпаки»; а також за слабку надійність шкали, особливо для респондентів лівого спрямування, які не ідентифікують себе з лібералами [23, с. 637].

Серед спроб подолання проблеми вимірювання ідеологічних уявлень, яка виникає при прямому вимірюванні, є впровадження альтернативної системи кодування для 7-бальної ідеологічної шкали, котра передбачає зменшення шкали до трьох пунктів («ліберал», «поміркований», «консерватор») та фіктивні змінні для кожного полюса на даній шкалі з подальшим контролем змінною «освіта» [23]. Однак даний підхід дозволяє лише отримувати стабільні оцінки в лонгitudних вимірюваннях у країнах західної демократії та не враховує специфіку політико-ідеологічного простору, який склався в нашій країні.

Іншим варіантом вивчення ідеології і, потенційно, ідеологічних уявлень населення є постановка прямого закритого запитання щодо самоідентифікації респондентів. Саме таким чином Інститут соціології НАН України здійснює вивчення ідеологічних уявлень населення країни. В якості вимірювального інструменту моніторингового дослідження фахівці Інституту використовують пряме запитання: «У політичному спектрі зазвичай вирізняються окремі більш або менш самостійні течії. Нижче наведено декілька таких течій. Виберіть, будь ласка, одну з них, яка найближча Вам» [10]. Для розуміння валідності такого вимірювання розглянемо отримані результати. Значна частина опитаних відповідала, що не розуміється в цих течіях (коливання від 16,4% у 2002-2003 роках, 2006 році до 32,3% у 1997 році). Позиціонування власного нерозуміння ідеологічних течій разом із відповідями «жодна взагалі» та «ще остаточно не визначив своєї позиції» домінувало з 1992 по 2001 рік (за виключенням 1998 року, коли, можливо, зіграли свою роль парламентські вибори, активізувавши політико-ідеологічну ідентифікацію (див. рис.1)). Специфікою тих виборів було те, що вони вперше відбувались за змішаною системою: одна половина депутатів Верховної Ради обирались за пропорційною системою, інша – в одномандатних мажоритарних округах. З 2002 по 2015 рік спостерігається домінування визначеності з певною ідеологічною течією, за виключенням періоду з 2010 по 2014 рік (період президенства В. Януковича).



Рисунок 1. Динаміка вибору певної ідеологічної течії населенням України (% до тих, хто відповів) [10]

Серед тенденцій динаміки ідеологічних поглядів населення можна виокремити два характерні процеси: злет (з 2,9% у 1992 році до 22% у 1998 році) і падіння підтримки комуністичної ідеології (4,4% станом на 2015 рік), а також зростання в останні роки підтримки національно-демократичної ідеології, яка, станом на 2015 рік, стала домінуючою: кожен п'ятий опитаний вважає її близькою (див. рис.2). Разом з тим, виникає питання: що стоїть за даною ідентифікацією?

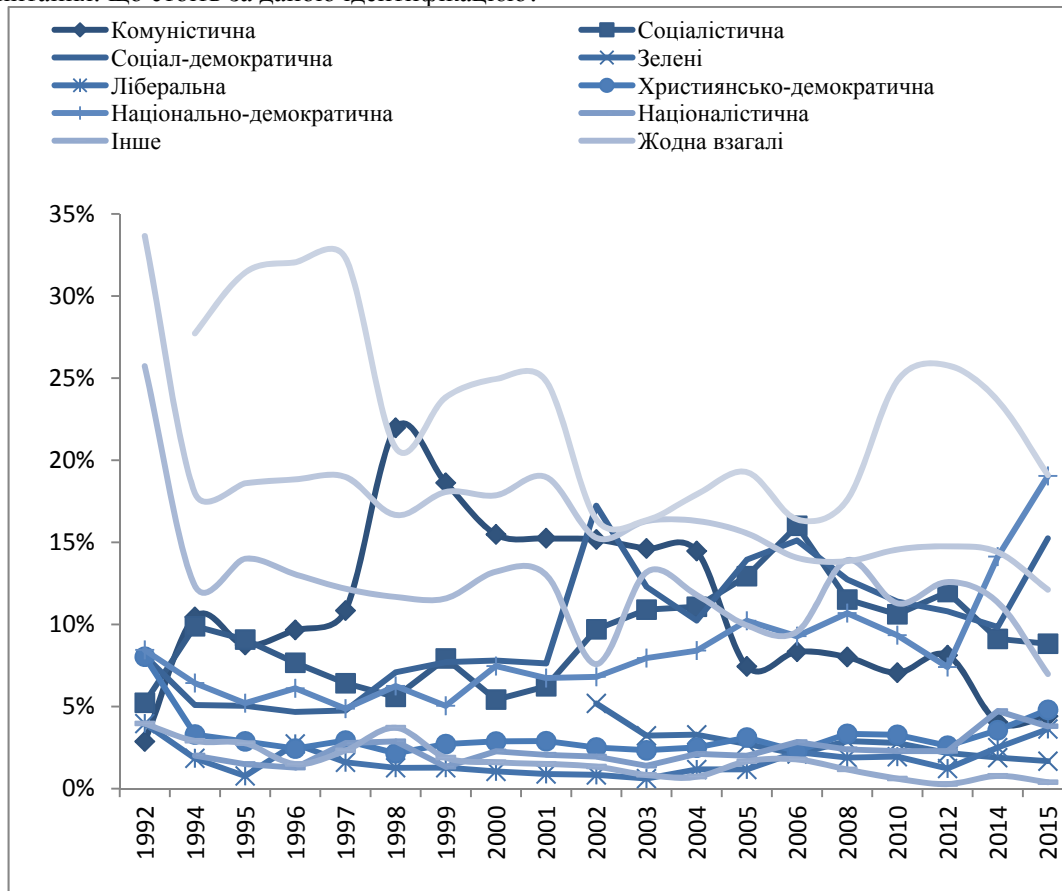


Рисунок 2. Динаміка самоідентифікації населення України за ідеологічними течіями [10]

Двовимірний розподіл змінних вибору ідеологічної течії і оцінки необхідності багатопартійної системи (див. табл. 1) демонструє певну суперечність: ті, хто вважає близькими демократичні течії (соціал-демократичну, християнсько-демократичну чи націонал-демократичну) в значній частині випадків (більше третини) заперечують необхідність багатопартійної системи – одного з ключових елементів демократичного устрою. Дану ситуацію можна інтерпретувати як заперечення необхідності існування багатопартійності в Україні в такому вигляді, як вона існує, однак це вже є альтернативним розумінням, яке не вписується в ту ж націонал-демократичну ідеологію.

Таблиця 1.

Оцінка необхідності багатопартійної системи в Україні серед прибічників окремих політико-ідеологічних течій (% до опитаних у 2015 р.) [10]

Політико-ідеологічні течії	Чи потрібна, на Вашу думку, Україні багатопартійна система?		
	Ні	Важко сказати	Так
Комуністична	55,8	19,5	24,7
Соціалістична	47,4	23,7	28,9
Соціал-демократична	37,8	22,2	40,0
Зелені	43,3	30,0	26,7
Ліберальна	35,5	16,1	48,4
Християнсько-демократична	41,2	23,5	35,3
Національно-демократична	29,4	18,4	52,2
Націоналістична	34,8	16,7	48,5
Жодна взагалі	43,4	27,9	28,7
Ще остаточно не визначив своєї позиції	37,7	28,4	34,0
Я не розуміюся на цих течіях	38,9	39,2	22,0

Якщо розглянути розрахунки автора з відповіді прихильників політико-ідеологічних течій на запитання щодо участі держави в управлінні економікою, то побачимо, що серед тих, хто проголошує себе лібералом, майже 20% вважає за необхідне повернення до планової економіки на основі повного державного обліку і контролю. Це при тому, що доктрина лібералізму заперечує необхідність такого кроку.

Ще одним варіантом визначення самоідентифікації респондентів є постановка відкритого запитання. Наприклад, у міжнародному дослідженні CESSI було таке запитання: «Люди по-різному можуть визначати себе. Спробуйте п'ять разів відповісти на запитання: «Хто Ви?» [1]. Отримані відповіді у дослідженні 1999 року цілком відображають модель рівнів самоідентифікації особистості, запропоновану М. Щербаковим (мається на увазі семиступенева модель самоідентифікації, яка включає соціально-професійний, сімейно-клановий, національно-територіальний, релігійно-ідеологічний, еволюційно-видовий, статевий та духовний рівні) [12]. Дослідження CESSI виявило, що релігійно-ідеологічний рівень ідентифікації виявився притаманним для 15% українців та 8% росіян. Однак згадане дослідження виявило лише релігійну ідентифікацію, приналежність до певної ідеологічної течії не було представлено (можливо, за рахунок того, що зустрічалося у менше, ніж 5% випадків).

Як бачимо, пряме вимірювання ідеологічних уявлень населення не дає очікуваних результатів: загальне запитання щодо самоідентифікації виявляє лише релігійну ідентифікацію, а контроль закритих запитань щодо схильності до тієї чи іншої ідеологічної течії за допомогою питань стосовно управління економікою, окремих аспектів політичної системи виявляє те, що опитані часто самі собі суперечать (не в останню чергу через різну інтерпретацію запитання та його альтернатив). Ми розглянули лише окремі ідеї, характерні для ліберальної та демократичної ідеології, і виявили суперечливі позиції у відповідях одних і тих же респондентів, що підтверджує тезу про проблемність релевантного вимірювання ідеологічних уявлень за допомогою постановки прямих запитань.

Серед непрямих способів вимірювання можна привести приклад дослідження, описаний у статті «Природа політичної ідеології сучасного електорату» [21]. Автори пропонують оцінювати політичні атитюди та ідеологічні переконання через латентне вимірювання преференцій у сфері соціальної та економічної політики з подальшим зіставленням із питанням щодо ідеологічної самоідентифікації. Зокрема, респондентам пропонувалось висловитись з приводу оцінки допомоги бідним, державних послуг, гарантованих робочих місць, медичного страхування, витрат на державну освіту, соціального забезпечення, зниження податку, смертної кари, питання довколишнього середовища, абортів, ролі жінок, ставлення до гомосексуалістів та їхньої служби в армії тощо. Таким чином, на виході було отримано модель ідеологічної ідентифікації «ліберал-консерватор» за двома вимірами – економічним та соціальним.

Ф. Конверс ще в 1964 році обґрунтував, що більшість населення не мислить у координатах ідеологічних течій, а сприймає вже структуровані елітами системи ідей. Науковець досліджував систему вірувань і переконань, яку визначав як «конфігурацію ідей і установок, в якій елементи пов'язані один з одним обмеженнями будь-якої форми або функціональною взаємозалежністю» [14, с. 207]. Обмеження полягають у тому, що судження про конкретні об'єкти, пов'язані з певною ідеологічною точкою відліку, проявляються послідовно у ставленні до різних питань в один і той же час. Конверс виділяє статичні та динамічні обмеження. Якщо перші стосуються початкового знання індивідів, на основі якого формуються подальші ідеї та установки, то останні відносяться до ймовірності того, що зміна сприйнятого статусу (правди, бажаності і т.д.) одного елемента ідеї буде вимагати (на психологічному рівні), з точки зору діяча, деякої компенсаційної зміни статусу всієї конфігурації елементів ідей.

Інші дослідження також підтверджують те, що незначна частина населення мислить ідеологічно: за даними, отриманими в 1974/75 роках, тільки 21% респондентів у Сполучених Штатах і Великій Британії використовували ідеологічні концепції для оцінки політичних партій, в Західній Німеччині – 34% [16].

Тим не менш, люди, якщо і не розглядають світ в ідеологічних координатах, все ж взаємодіють, маючи при цьому певні уявлення і преференції. Наприклад, у сферах, які стосуються політики, здійснюють оцінки, базуючись на власному інтересі, груповій ідентифікації або певних політичних подіях [18]. З огляду на це, було висунуто гіпотезу про те, що існує взаємозв'язок між основними переконаннями і цінностями, з одного боку, та громадською думкою – з іншого. Відповідно даній гіпотезі, оцінка ідеологічного характеру здійснюється на підґрунті того, яким чином узгоджені чи неузгоджені ті чи інші оцінювані об'єкти із важливими переконаннями і цінностями. «Судячи з такої точки зору, людям не слід бути ідеологами, щоб оцінити політику на основі переконань та цінностей» [16, с. 418]. Цінності, за словами авторитетного дослідника Ш. Шварца, є загальними переконаннями, які вказують на бажану поведінку, але можуть бути застосовані до багатьох інших ситуацій, які спрямовують конкретні дії людини [20]. Цінності зрозумілі та очевидні для людини у її повсякденних взаємодіях із світом. Разом з тим, важливими є умови зв'язку між цінностями та установками, громадською думкою (хоча ідеологічні уявлення виникають щодо широкого кола об'єктів, в літературі найбільш представлені дослідження політичних уявлень, які ми розглянемо. Однак це не означає, що ідеологія на них вичерпується). Серед них вагоме значення має політична

досвідченість. Так, Заллер [24] стверджував, що взаємовідносини між цінностями і політичними установками є функцією політичного досвіду (менш обізнаний у політиці не зможе поєднати смисли політичних повідомлень із своїми цінностями, відтак – не зможе встановити зв'язок між своїми цінностями та установками). З іншого боку, вплив політичного досвіду варіюється від складності питання, яке лежить в основі установки: для легких питань не потрібен значний політичний досвід, для складних – дуже потрібен.

Серед підходів дослідження ідеології через її зв'язок із цінностями виділяються роботи Рокіча, Брейтуейт та Шварца. М. Рокіч як ключові виділяв цінність свободи та рівності, за якими структурувались основні ідеології минулого століття (соціалізм, фашизм, комунізм та капіталізм). Брейтуейт, модифікувавши модель Рокіча, працювала з цінностями «гармонія» та «безпека». Шварц, розмістивши цінності на двох осях (відкритість до змін-консерватизм, самоперевага-самопідсилення), пропонує два виміри ідеології: класичний лібералізм та економічний егалітаризм [16, с. 268]. Перший вимір стосується дихотомії «захист індивідів і сприяння особистим свободам і громадянським правам – збереження статусу кво через контроль над відхиленнями всередині або захисту від зовнішніх ворогів країни». Другий вимір (економічний егалітаризм) стосується опозиції «встановлення рівності через перерозподіл засобів – захист можливостей громадян зберігати накопичення для подальшого і швидшого економічного росту».

Оригінальну методологію дослідження ідеологічних уявлень через вивчення цінностей знаходимо у роботі М. Назарова «До питання про політико-ідеологічні уявлення росіян» [4]. Автор пропонує двоетапну побудову інструменту для вимірювання досліджуваних ним політико-ідеологічних уявлень. Спочатку М. Назаров здійснив контент-аналіз текстів ЗМІ на предмет базових цінностей у політичному дискурсі, які зустрічаються найчастіше, з подальшою якісно-кількісною процедурою визначення списку валідних індикаторів для опитування населення. Наступним кроком стало проведення кількісного опитування (використовувався самозаповнювальний опитувальник, в якому пропонувалось відповісти на запитання: «Останнім часом багато говорять про необхідність загальнонаціональної ідеї (ідеології), здатної об'єднати росіян. Які основні поняття могли б, на Вашу думку, входити в її зміст?») [4, с. 68]. Респонденти могли вибрати 3 поняття із 16 запропонованих (патріотизм, права людини, соціальна справедливість і рівність, демократія і свобода, інтернаціоналізм, громадський порядок, громадське самоуправління, соціалізм, безпека, державність, національна гордість, релігія, релігійні традиції та духовність). Варіацію комбінацій ідеологічних уявлень, яка характерна для повсякденної свідомості, дослідник вивчав за допомогою кластерного аналізу на факторах, отриманих із запропонованого списку з 16 понять. В результаті було отримано 5 кластерів: в першу групу з долею 26% входять ті, хто не має чітко виражених цінностей; в другу – ті, хто орієнтується на цінності безпеки і порядку, в третю – ті, хто поділяє цінності демократії, свободи і прав людини, в четверту – ті, хто є прихильником соціалістичних цінностей, а в п'яту – ті, хто орієнтований на релігійні традиції [4, с.68].

Як альтернатива цінностям, для дослідження політичних поглядів має деякі дослідники використовувати життєві принципи. Зокрема, в цитованій роботі Горена [17] автори статті «Новий погляд на дослідження політичної ідеології» знаходять, що обмеження уряду, традиційна мораль і військова сила – це ті три принципи, які структурують конкретні переваги і вибір електорату на виборах [13, с. 48]. Саме принципи, як менш абстрактні, ніж цінності, вимагають від нас менше зусиль, ніж ідеологічна організація вірувань.

Таким чином, одновимірний континуум («ліві» – «праві», «ліберал» – «консерватор») не є релевантним для пояснення варіативності ідеологічних уявлень різних груп суспільства, а прямі запитання щодо самоідентифікації, прихильності до тих чи інших ідеологічних течій не дають очікуваних результатів. Відповідно, постає завдання побудови моделей структуризації ідеологічних уявлень за допомогою латентного вимірювання. Як ми з'ясували, цінності та життєві принципи вважаються більш релевантними у процесі повсякденного прийняття рішень, зокрема політичних, на відміну від традиційної концепції ідеології, яка не відображає мислення великого сегменту населення. На нашу думку, саме завдяки включенню питань щодо цінностей та життєвих принципів в соціологічний інструментарій уможлиблюється ідентифікація ідеологічних уявлень нас. Як було доведено, переважна більшість людей не використовує категорії класичних ідеологій, хоча постійно здійснюють оцінку тим чи іншим суб'єктам та об'єктам, з якими взаємодіють. Враховуючи те, що така оцінка залежить від складності питання, яке порушується, та ступеня обізнаності автора оцінки, слід вдаватись до найзагальніших механізмів її виникнення. На нашу думку, такий механізм був запропонований В. Хмельком: мова іде про концепт «соціальної спрямованості особистості», під яким розуміється «сукупність якостей, які складають суттєві характеристики підсистеми орієнтування соціальної діяльності людини» [11, с. 29]. До спрямованості особистості включають цілу низку компонентів: потреби, інтереси, знання, погляди, переконання, мотиви, життєві цілі особистості, ціннісні орієнтації, симпатії, антипатії, уподобання, думки, смаки, установки, диспозиції особистості тощо. Бачимо, що концепт «соціальної спрямованості особистості» включає в себе багато тих компонентів, які ми виділили як характерні для ідеологічних уявлень великих груп населення.

Саме тому видається доцільним ідентифікувати останні, використовуючи методику дослідження соціальної спрямованості особистості, яка включає вивчення не лише когнітивного, а й емотивного аспекту. Разом з тим, дану методику слід доповнювати життєвими принципами (списком суджень щодо аспектів, які безпосередньо знаходяться у фокусі дослідження, стосуються соціальної, економічної та політичної сфер), що дозволяють підвищити надійність отриманих результатів. Такий варіант методики релевантний для дослідження ідеологічних уявлень конкретного суспільства у певний проміжок часу, який має певний контекст. Звісно, методику можна доповнювати блоком запитань темпорального характеру (як пропонує І. Попова, вказуючи на те, що «повсякденні ідеології» видозмінюються в часі, відтак коректно включати в дослідження запитання про минуле та майбутнє). Підсумовуючи зазначене вище, підкреслимо, що методика ідентифікації ідеологічних уявлень широких мас населення потребує подальшого вдосконалення, що постає сьогодні начальним завданням вітчизняних соціологів

ЛІТЕРАТУРА: 1. Андреевкова А. В. Украинские потребители (сравнительный анализ с другими странами бывшего Советского Союза) / А. В. Андреевкова, А. Г. Моисеев // Практический маркетинг. – 2002. – № 6. 2. Давидович В. Е. Повседневность и идеология / В. Е. Давидович, Е. В. Золотухина-Аболина // Философские науки. – 2004. – № 3. – С. 5-17. 3. Європейське соціальне дослідження. Опитувальник [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round6/fieldwork/ukraine/ukrainian/ESS6_questionnaires_UA_ukr.pdf. 4. Назаров М. М. К вопросу о политико-идеологических представлениях россиян / М. М. Назаров // Власть. – 2014. – №5. – С. 65-70. 5. Попова И. М. Повседневные идеологии. Как они живут, меняются и исчезают / Ирина Марковна Попова. – Киев, 2000. – 218 с. – (Институт социологии НАН Украины). 6. Прытков В. Неустрашимость и амбивалентность идеологии / В. Прытков // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 3. – С. 41-46. 7. Сагалаева Е. С. Идеология и повседневность в социально-философской рефлексии: к постановке проблемы / Е. С. Сагалаева // Историческая и социально-образовательная мысль. 2014. – № 6. – С. 299–302. 8. Социологический словарь: пер. с англ. / [Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. С.; под ред. С. А. Ерофеева. 2-е изд., перераб. и доп]. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика». – 2004. – 620 с. 9. Тернер Дж. Структура социологической теории / Дж. Тернер / Пер. с англ. общ. ред. и вступ. ст. Г. В. Осипова. – М.: Прогресс, 1985. 10. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. Випуск 2(16) / Головні редактори д.еко.н. В. М. Ворона, д.соціол.н. М. О. Шульга. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2015. – 780 с. 11. Хмелько В. Е. Социальная направленность личности: некоторые вопросы теории и методики социол. исслед./ В. Е. Хмелько. – К.: Политиздат Украины, 1988. – 279 с. 12. Щербаков М. Модель уровней самоидентификации личности [Електронний ресурс] / М. Щербаков – Режим доступу: http://www.ipd.ru/articles/ident_article.shtml. 13. Carmines E.G. The new look in political ideology research / E.G. Carmines, N.J. D'Amico // Annual Review of Political Science. – 2015. – № 18. – P.205-216. 14. Converse Ph. The Nature of Belief Systems in Mass Public/ Ph. Converse // Ideology and Its Discontent. Ed. by Apter D. – N.Y., 1964. 15. Downs A. An Economic Theory of Political Action in a Democracy / A. Downs // Journal of Political Economy. – 1957. – № 65. 16. Feldman S. Values, ideology, and structure of political attitudes / Feldman // Oxford Handbook of Political Psychology / – New York, 2003. – (Oxford Univ. Press). – P. 477-508. 17. Goren P. Core principles and policy reasoning in mass publics: A test of two theories / P. Goren // British Journal of Political Science. – 2001. – № 31(1). – P. 159-177. 18. Kinder D. Diversity and Complexity in American Public Opinion / Donald Kinder // Political Science: The State of the Discipline. – 1983. – P. 389-425. 19. Kinder D. Opinion and action in the realm of politics / Donald Kinder // The Handbook of Social Psychology. – Boston: McGraw-Hill, 1998. – P. 778-867. 20. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries/ S. H. Schwartz // Advances in experimental social psychology. – New York: Academic Press, 1992. – P. 1-65. 21. Treier S. The Nature of Political Ideology in the Contemporary Electorate / Shawn Treier, D. Sunshine Hillygus // Public Opinion Quarterly. – 2009. – № 73. – P. 679-703. 22. Volkov Y. Theoretical Approaches to Understanding the Relationship of Ideology and Everyday Life / Volkov Y., Rashid Dumalichevich Khunagov, Aues Mukhamedovich Kumykov, Eugenia Sergeevna Sagalaieva // Mediterranean Journal of Social Sciences. MCSER Publishing, Rome-Italy. – 2015. – Vol 6. – № 3. – P. 357-364. 23. Wood T. Toward a More Reliable Implementation of Ideology in Measures of Public Opinion / T. Wood, Eric Oliver // Public Opin Q. – 2012. – №76 (4) – P. 636-662. 24. Zaller J. R. The Nature and Origins of Mass Opinion / Zaller John R. – Cambridge: Cambridge University Press, 1992. – 367 p.