

УДК 316.613

DOI: 10.26565/2227-6521-2021-47-02

## ДІЛОВА ЛЮДИНА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ: ЕСКІЗ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ПОРТРЕТУ

**Ніколенко Вадим Вікторович** – доктор соціологічних наук, доцент, професор кафедри соціології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, пр. Гагаріна, 72, м. Дніпро, 49010, Україна, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6730-0938>, e-mail: [vadnikolenko1983@gmail.com](mailto:vadnikolenko1983@gmail.com)

У статті здійснюється спроба створення соціально-психологічного портрету суб'єктів соціально-економічної діяльності. Визначається внесок у позаекономічне розуміння підприємництва таких класиків соціологічної думки та сучасних науковців, як Г. Спенсер, Г. Лебон, М. Вебер, І. Валлерстайн, Г. Хофштеде, К. Поланьї, Т. Барнз, О. Флем та ін., а також таких українських соціологів, як В. Ворона, В. Пилипенко, В. Резнік, Ю. Пачковський, Є. Сірий, А. Лоза та ін. Аналізуються набуті та приписані (аскриптивні) особистісні характеристики, що сприяють або заважають веденню успішного підприємництва та розвитку ділової ініціативи сучасної людини. Зазначається, що набуті особистісні риси, які позитивно впливають на ефективність соціально-економічної діяльності, є результатом певного соціалізаційного впливу та культурного відтворення. Підкреслюється, що аналіз результатів численних наукових досліджень, зокрема соціологічних, експертної думки західних та вітчизняних учених, власні спостереження дозволили автору дійти висновку, що набуті характеристики для успішного ведення підприємництва та розвитку ділової/кар'єрної ініціативи у стабільному соціумі суттєво/прямо корелюють з наявністю таких емансипаційних цінностей, як: інтернальний тип особистості, досяжницька мотивація, лідерські устремління, самоконтроль, систематичність, довгострокова перспектива планування, психологічна молодість, раціоналістичність, самостійність, відповідальність, інноваційність, працьовитість, законслухняність, пунктуальність тощо. Акцентується увага на тому, що перелічені цінності по-різному насичують публічний простір тих чи інших країн, що спричинено відмінністю їхніх традицій, ментальності, соціальних інститутів і настанов, механізмів соціалізації, особливостями культурного продукування. У свою чергу, це зумовлює суттєву різницю між економічно розвинутими країнами та країнами із «наздоганяючою» економікою. Визначаються напрямки подальших досліджень з обраної проблематики, зокрема створення соціально-психологічного портрету сучасного українського підприємця.

**Ключові слова:** підприємництво, ділова ініціатива, успіх, емансипаційні цінності, лідерські здібності, досяжницька мотивація, соціалізація, культурне відтворення.

## BUSINESS PERSON OF THE BEGINNING OF THE 21ST CENTURY: A SKETCH OF A SOCIO-PSYCHOLOGICAL PORTRAIT

**Nikolenko Vadym** – Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Sociology, Oles Honchar Dnipro National University, 72, Gagarin Av., Dnipro, 49010, Ukraine, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6730-0938>, e-mail: [vadnikolenko1983@gmail.com](mailto:vadnikolenko1983@gmail.com)

The article attempts to create a social-psychological portrait of subjects of social-economic activity. The contribution to the non-economic understanding of entrepreneurship by such classics of sociological thought and modern scientists as H. Spencer, H. Lebon, M. Weber, I. Wallerstein, G. Hofstede, K. Polanyi, T. Barnes, A. Flem, as well as such Ukrainian sociologists, such as V. Vorona, V. Pilypenko, V. Reznik, Y. Pachkovsky, E. Seryi, A. Loza, etc. Acquired and prescribed (ascriptive) personal characteristics of a modern person that contribute to or hinder the conduct of successful entrepreneurship and business development are analyzed initiatives. It is noted that acquired personality traits that positively affect the effectiveness of social and economic activity are the result of social influence and cultural reproduction. It is emphasized that the analysis of the results of numerous scientific studies, in particular sociological, expert opinions of scientists, own observations allowed the author to come to the conclusion that the acquired characteristics for successful entrepreneurship and the development of business/career initiatives in a stable society are significantly / directly correlated with the presence of such emancipatory values, as: internal personality type, achievement motivation, leadership aspirations, self-control, systematicity, long-term planning perspective, psychological youth, rationality, independence, responsibility, innovativeness, hard work, law-abidingness, punctuality, etc. Attention is focused on the fact that the listed values saturate the public space of countries to varying degrees, which is due to the difference in their traditions, mentality, social institutions and attitudes, mechanisms of socialization, and the peculiarities of cultural production. As a result, this causes a significant difference between economically developed countries and countries with a weak economy. The directions of further research on the selected issue are determined, in particular, the creation of a social and psychological portrait of a modern Ukrainian entrepreneur.

**Keywords:** entrepreneurship, business initiative, success, emancipatory values, leadership skills, achievement motivation, socialization, cultural reproduction.

**Постановка проблеми.** Підприємництво – соціальна технологія, яка дозволяє будь-якій країні ефективно розв'язувати різноманітні соціальні проблеми, підвищувати рівень та якість життя пересічної людини. Найвищі місця у світових рейтингах посідають насамперед країни з розвинутою підприємницькою ініціативою та самоорганізацією. Тож буде цікаво застосувати соціологічний і психологічний підходи до аналізу набутих і приписаних особистісних характеристик з метою створення певного ескізу до портрету успішних суб'єктів соціально-економічної діяльності.

**Мета цієї статті** полягає у визначенні найрелевантніших набутих і приписаних характеристик успішної ділової людини в сучасному суспільному контексті.

**Аналіз проблематики в науковій літературі.** Обрану нами проблематику деталізують дослідження Г. Спенсера, Г. Лебона, М. Вебера, І. Валлерстайна, Г. Хофштеде, теорія базових і периферійних інституціональних матриць К. Поланьї, трьох модальностей дотримання нормативних практик Т. Барнза, О. Флем та ін. Зазначимо, що представники соціологічної думки суттєво збагатили позаекономічне розуміння природи підприємництва, на чому акцентували у своїх працях відомі економісти Ф. Хайек, П. Самуельсон, П. Друкер, Ф. Котлер, М. Фрідман, Д. Макклеланд, А. Маршалл, Д. Канеман та ін. Водночас доцільно відзначити дослідження підприємництва в українському суспільстві, проведені В. М. Вороною, В. С. Пилипенком, В. С. Резніком, Ю. Ф. Пачковським, Є. В. Сірим, А. С. Лозою та ін. [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7]. Означені вище та багато інших учених евристично деталізували сутність підприємництва як соціального феномену, виділили притаманні йому ознаки, проаналізували логіку виникнення підприємництва та форми його прояву, дослідили закономірності функціонування як в Україні, так і в глобальному просторі. Проте, на нашу думку, все ще не вистачає узагальнюючих досліджень означеної вище проблематики.

**Виклад основного матеріалу.** Підприємці далеко не завжди мали соціальний престиж, чули схвальні відгуки на свою адресу і на цьому тлі відчували самоповагу. Нагадаємо, що підприємець – це передусім новатор, проте суспільній системі притаманна величезна інерція [8]. Тому тривалий час в Англії, Німеччині, Франції, Іспанії, Італії, Японії соціальний статус землевласника, держслужбовця, аристократа навіть вже на початку індустріальної революції був значно престижнішим за статус підприємця [8; 16]. Можливо, винятком із цього правила були лише США, де фігура ділової людини у вигляді «*man made himself*» або «*woman made herself*» набагато частіше викликала повагу і мала суспільний авторитет. Саме ця країна, з огляду на її історію, специфіку імміграційних процесів, коли зі Старого світу через Атлантику переїжджали найініціативніші й найнаполегливіші, є класичним осередком підприємницької діяльності. Невипадково приватну ділову (підприємницьку) ініціативу на тисячу економічно активного населення у США реалізує близько 1/5, в Україні – поки що 1/8. В цілому в 2021 р. у світі нараховується майже 332,99 мільйонів фірм малого і середнього бізнесу, де працює 50 % зайнятого населення [9]. Нагадаємо, що у 2019 р. саме мікро-, малий і середній бізнес (*micro-, small and medium-sized enterprises*) забезпечував приблизно 60-70 % ВВП у багатьох країнах світу, в Україні – 55 %, але частка мікро- та малого бізнесу в структурі ВВП нашої країни дорівнювала лише 16 %, тоді як в Європі приблизно у два рази більше [10], а у США малий бізнес в цілому складав 44 % економічної активності [11].

Крос-культурні соціологічні дослідження промовисто свідчать, що на сучасному етапі домінація владних мотивів у підприємницькій діяльності вважається атавізмом минулого. Відповідно, у цьому вимірі на шкалі цінностей успішних підприємців матеріальний інтерес і прагнення до влади посідають далеко не перші місця, натомість домінують цінності свободи, активного життя, самореалізації, щасливої родини тощо. Природно, що антрепренери як носії духу ринкової культури більше поділяють ліберальні ідеї й доволі комфортно почувають себе на тлі конкурентної економіки. Їм притаманні передусім мотиви досягнення: на сучасному етапі домінування цих мотивів у свідомості підприємців негативно корелює з мотивами афіліації. В цілому вони прагнуть жити сьогоденням та спрямовувати свій погляд у майбутнє, ніж блукати у лабіринтах минулого. Іншими словами, успішні антрепренери – це переважно психологічно молоді люди, зацікавлені творити майбутнє, на відміну від емоційних старців, що живуть лише минулим. У цьому контексті зазначимо, що українці старіють швидше, ніж європейці [12], а психологічна старість навряд чи сприяє розвитку підприємницької ініціативи. Цікаві думки стосовно соціального успіху і багатства на тлі ринкової культури висловлює один із найзаможніших людей світу В. Баффет. Зокрема, мільярдер зауважує, що для збільшення власних активів слід інвестувати у себе. На його думку, це найкраще, що можна зробити для власного успіху. Водночас підприємець додає: важливо бути молодим і енергійним, незважаючи на свій вік [14].

Продовжуючи свій аналіз обраної нами проблематики, підкреслимо, що доцільно виокремити щонайменше два типи ділової ініціативи: 1) підприємництво за покликанням; 2) вимушене антрепренерство. Перший варіант обирають свідомо з низки альтернатив, незважаючи на чийсь порад і тиск об'єктивних обставин (інакше доречно говорити про другий). Вимушене антрепренерство має

зворотну пропорційну залежність зі ступенем розвитку економіки і пряму залежність із рівнем безробіття. Що забезпеченішим є суспільство, що жвавіше розвивається економіка, то швидше зменшується рівень безробіття, як результат – скорочуються показники вимушеної ділової ініціативи на умовах самозайнятості. Іншими словами, високий рівень економічної нерівності/диференціації, бідності, відкритого та прихованого безробіття призводить до підвищення підприємницької активності, заснованої на необхідності, або вимушеного антрепренерства.

Якщо говорити про узагальнений образ бізнесмена, антрепренера, то «слід зазначити, що можливість стати підприємцем залежить від досвіду на ринку праці, а саме: 1) більше шансів стати підприємцем у тих, хто має більший досвід безробіття; 2) висока ймовірність успішної підприємницької діяльності у освіченіших; 3) надвисокий ступінь внутрішнього контролю збільшує шанси стати підприємцем; 4) найімовірнішим є вступ у підприємництво тих, хто має батьків-підприємців» [15, с. 144]. Одночасно виявляється, що особи, які починають власну справу вдруге, мають більше шансів на успіх, ніж ті, що відкривають її вперше [15, с. 103]. З-поміж успішних підприємців вищий відсоток осіб, що були незадоволені попереднім місцем працевлаштування. Шведська дослідниця А. Ханссон на основі статистичних та емпіричних соціологічних даних з'ясувала, що ймовірність працювати на умовах самозайнятості зменшується з віком для жінок, але зростає для чоловіків. Вона також зазначає, що шлюб збільшує ймовірність того, що людина стане підприємцем [19].

Нагадаємо, що метою, доміантним акцентом цієї статті є визначення соціально-психологічних характеристик образу успішного підприємця. З огляду на це, варто зауважити, що історія успіху відомих брендів безпосередньо пов'язана з лідерськими якостями їхніх засновників і менеджерів. Зокрема, можна згадати невтомну працю американського бізнесмена, ресторатора Р. Крока протягом розвитку імперії McDonald's, систематичність полковника Г. Д. Сандерса та його проєкт Kentucky Fried Chicken – KFC, заповзятливість маркетолога з Атланти А. Г. Чандлера, який допоміг винаходу фармацевта Д. Пембертона перетворитися на всесвітньовідомий напій – Coca-Cola. Йдеться про важливість розвинутих лідерських здібностей підприємця у процесі збільшення комерційного успіху певного бренду. Така людина стає своєрідним *perpetuum mobile*, постійним генератором ділової активності. Вона здатна інтегрувати колектив, поставити перед підлеглими нові завдання, які досі здавались їм нездійсненними. Насправді успішний підприємець (*decision maker, team builder*) – це універсальний лідер, що власним прикладом задає високий темп подальшої праці всього колективу. Слід додати, що лідерські якості вивчали майже всі відомі філософи, проте роль навчання і необхідність виховання ефективних керівників підкреслювали лише Арістотель, К. А. Гельвецій та І. Кант.

Певні якості успішних людей сучасного світу можна визначити завдяки аналізу їхніх публічних лекцій, з якими вони найчастіше виступають у провідних університетах світу. Як правило, у своїх виступах вони акцентують на важливості інноваційних, підприємницьких цінностей та їхню наявність у публічній площині успішних країн. Так, наприклад, у Гарварді з такими лекціями виступали такі лідери громадської думки, як британська письменниця Д. Роулінг (2008), колишня Федеральна канцлерка Німеччини А. Меркель (2019), відомі підприємці Б. Гейтс (2007), М. Цукерберг (2017), митці – С. Спілберг (2016), О. Уїнфрі (2013), Н. Портман (2015). У Колумбійському університеті виступала М. Стріп (2010). Найкрасномовніше та детально їх характеризують слова «They are able to make a difference», тобто «Вони вміють створювати різницю». У 2008 р. авторка серії популярних романів про юного чарівника Гаррі Поттера Д. Роулінг особливо підкреслювала значущість демократичних прав і свобод людини; інноваційного стилю мислення як твердої основи позитивних винаходів та ефективних соціальних рішень; солідарності; неприпустимості насилля над людиною. Водночас вона говорила про неминучість певних невдач у житті будь-якої активної людини, згубну, принизливу соціальну природу бідності та її романтизації, а також підкреслювала важливість діяльності, сильної волі та самодисципліни, прагнення не розпилятися по дрібницях, а бачити перед собою велику ідею і зосередити всю свою енергію на її досягненні. Письменниця справедливо зазначала, що справжнім тестом на «who are you» є: 1) випробування невдачами та життєвими негараздами; 2) уміння співчувати досвіду людей, з якими ви ніколи не були знайомі. Лише конкретні результати подолання таких бар'єрів можуть свідчити, хто ви є насправді, говорити про вас навіть більше, ніж ваша кваліфікація й освіта. Б. Гейтс у своїх публічних промовах також часто говорить про глибоку соціальну нерівність, бідність у глобальному масштабі та необхідність бути готовим до ефективної боротьби з такими деструктивними явищами. Тож, як бачимо, питання емансипаційних цінностей та особистостей з сильною досяжницькою мотивацією порушують і лідери громадської думки у своїх яскравих, резонансних промовах.

Зазначимо, що, так би мовити, універсальний соціально-психологічний портрет успішного підприємця, який формується насамперед у результаті соціалізаційного впливу та культурного відтворення, включає щонайменше два складники. Хоча, звичайно, М. Вебер, В. Зомбарт, Дж. Кейнс та інші дослідники мають свої релевантні образи підприємців. У своєму дослідженні ми намагалися виокремити маркери, які, на нашу думку, є актуальними в сучасних умовах. По-перше, це такі аскриптивні характеристики, як

інтелектуальні риси особистості та індивідуальні ознаки характеру, по-друге, набуті здібності. Важливими інтелектуальними рисами є допитливість, енциклопедичність знань, здатність до навчання, інноваційне мислення, уміння передбачати. Серед затребуваних індивідуальних рис виокремлюють: емоційну гнучкість, владність, комунікабельність, розумний ризик, наполегливість, стресостійкість, активність. До набутих здібностей відносять: адекватність самооцінки, самоконтроль, системність, працьовитість, пунктуальність, амбіційність, уміння переконувати, законослухняність, відповідальність, раціональність, самостійність. Важливо зауважити, що дефіцит спеціальної кваліфікації можна компенсувати сильною досяжницькою мотивацією. Як правило, успішні підприємці відкриті всьому новому, покладаються на власні сили, тобто є представниками інтернального типу особистості<sup>1</sup>. Інтернали, на відміну від екстерналів, вважають, що соціальний успіх і життєву удачу не очікують склавши руки, а виборюють наполегливою працею.

Що стосується особистісних властивостей, які протипоказані підприємцю, то це такі, як навіюваність, песимізм, пасивність, лінь, схильність до ошуканства, зарозумілість (порок людства, талановито висміюваний У. Шекспіром). Сюди ж слід віднести підвищену тривожність – якість, що особливо згубно впливає на ймовірність успіху у підприємницькій діяльності, спотворюючи сприйняття дійсності. Тривожні люди схильні коливатись, зволікати з прийняттям рішень, у політичному спектрі обирати правочентристів. Як зауважують психологи, тривожність не має ставати такою, що паралізує; вона повинна мотивувати до діяльності, але не бути нав'язливою та всеосяжною. Так само і страх, який паралізує, є руйнівним, а той, що «підігрує», мотивує до певної, у тому числі й до активної професійної діяльності, сприймається дещо інакше. Напевно, у цьому контексті можна говорити й про раціональні, конструктивні елементи тривожності. Метафорично висловлюючись, згадаємо сутність «закону велосипеда», а саме: «зупинився – впав».

Існує експертна думка, що достатньо контрверсійними властивостями ділової людини, насамперед в аномічних суспільствах, є занадто виражена старанність і пунктуальність. Що стосується старанності, то в умовах ринкової економіки успішний підприємець мусить не лише безпелеяційно виконувати команди інших, а сам ставити собі завдання і знаходити адекватну мотивацію для їхнього виконання. Стосовно пунктуальності, то, як зазначають фахівці, насамперед в умовах транзитивного суспільства гнучкість для підприємця подекуди важливіша за гіперболізовану постійність, педантичність. Хоча, безумовно, час варто цінувати і розуміти значущість пунктуальності для власної репутації й тривалого ведення успішного бізнесу. Дослідники цілком слушно зазначають, що у транзитивних, аномічних суспільних системах із глибоким ціннісно-нормативним вакуумом підприємцям притаманні такі риси, як недовірливість, орієнтація на фізичну силу, силове партнерство, владність, харизма, забобонно-містична поведінка, егоцентризм.

Соціальний портрет, повністю протилежний образу успішного підприємця, – це людина, яка стрімко йде щаблями низхідної соціальної мобільності. Інколи психологи підкреслюють, що певна категорія таких осіб опиняється у складній життєвій ситуації, оскільки їм не вистачає внутрішнього стрижня. Власне, як сказано в одному з відомих висловів, «не страшно впасти – страшно не встати і не піти далі». Існує багато прикладів із життя видатних бізнесменів, які ставали банкрутами, але знаходили у собі внутрішні сили й досяжницьку мотивацію продовжувати власну справу. Невипадково здібні лідери відомих компаній не втомлюються повторювати, що можна втратити все обладнання і фінансові активи, але якщо залишиться персонал, то незабаром можна буде відновити свій бізнес.

Як було зазначено вище, кар'єрний успіх залежить як від приписаних (вроджених/індивідуальних) властивостей, так і від набутих соціальних характеристик. На нього впливають навіть такі, на перший погляд, дрібниці, як поцілунок дружини та чоловіка перед роботою, зріст, доглянутість людини та навіть літера, з якої починається її прізвище. Деякі дослідники зауважують, що чоловік або жінка, яких зранку перед виходом на роботу поцілувала «друга половинка», не тільки довше живуть [13], але й, можливо, заробляють більше. Крім того, ніхто не зможе напевно сказати, чому літери в абетці розташовані саме у відомому нам порядку. Проте виявляється, що літера, з якої починається ваше прізвище, та його відповідне розташування у журналі вчителя опосередковано впливає на вашу подальшу долю. Зокрема, професор Д. Закс з університету Колорадо зазначає: що чим нижче розташоване прізвище певної особи в алфавітному списку, то більше труднощів на неї може очікувати під час навчання та у подальшому професійному житті. Адже в такому разі вчитель менше помічає учня і, як наслідок, формує менш уважне ставлення до нього (у цьому аспекті можна згадати евристичний потенціал теорії «Дзеркального «Я»» Ч. Кулі). Таких студентів частіше відраховують із навчальних закладів, і вони знаходять менш оплачувану роботу [18]. Хоча заради справедливості вчені й журналісти зауважують, що подібні закономірності стосуються не всіх, тобто є виключення з правил. Зокрема, прізвища З. Фрейда або Г. Форда починаються далеко не з літери «А», однак це видатні постаті світової науки й підприємництва.

<sup>1</sup>Поняття «інтернальність» та «екстернальність» у науковий обіг введені американським психологом Д. Роттером, їх часто застосовують як у соціології, так і у соціальній психології.

Таня С. Осенкі – адвокатка з Атланти й авторка книги «Shortchanged: Height Discrimination and Strategies for Social Change» (2017) [20], на сторінках своєї праці промовисто пише про дискримінаційні практики, які можуть стати на заваді особистому успіху. Зокрема, йдеться про «хайтизм» (від англійського height – «зріст»). Очевидно, що ваш зріст є заздалегідь визначеною величиною, що залежить від Творця, батьків і природи, а у майбутньому, можливо, від здобутків генної інженерії. У результаті застосування великих масивів даних Big Data було з'ясовано, що нижчі на зріст люди мають менше шансів отримати бажане місце працевлаштування або довгоочікуване підвищення на службі. Симптоматично, що їхній маленький зріст негативно позначається на розмірі зарплати протягом усього професійного життя. Наприклад, західні вчені, спираючись на отримані дані, підрахували, що щорічні фінансові переваги високого зросту становлять приблизно декілька тисяч доларів за кожен дюйм для чоловіків та десь тисячу доларів – для жінок. Із часом така фінансова несправедливість продовжує зростати та зрештою стає вагомим прибутком для високих людей за всю їхню кар'єру [20].

Цікаві закономірності стосовно взаємозв'язку зовнішнього вигляду і зарплати помітили також експерти Ж. Вонг і Е. Пеннер. У 2016 році вони закінчили дослідження, в якому опитали більш ніж тисячу осіб та з'ясували, що люди, які активніше доглядають за власною зовнішністю (йдеться не про вроджену красу, а саме про вміння за собою стежити, бути охайним), заробляють на 20 % більше. Напевно, це говорить роботодавцю про організованість, зібраність та уважність людини. При цьому жінки, які ретельно доглядають за собою, часто отримують премію з цієї причини, на відміну від чоловіків [21].

Соціологи підкреслюють насамперед соціальну конструкцію, суспільну природу привабливості та зауважують, що вона більше впливає на матеріальну винагороду для жінок. З огляду на це, можна зробити висновок, що повсякденні звички стосовно зовнішнього вигляду суттєвіше впливають на заробітну плату жінок, ніж чоловіків. Е. Пеннер вважає, що виокремлений ним феномен може бути зумовлений бажанням суспільства встановити владу над жіночою формою [21]. У тому, що гарних людей успіх супроводжує частіше, а роботу вони знаходять значно швидше, впевнені багато керівників відділів кадрів великих господарських організацій у Північній Америці та Західній Європі. Крім того, вчені з'ясували, що курс акцій дещо зростає, якщо до компанії приходить привабливий глава правління. Це зайвий раз свідчить про те, що бізнес, підприємництво – то не лише продукт духу та раціональності. У ньому зримо/незримо наявні суб'єктивні симпатії й антипатії.

У суспільстві побутує думка, що удача (прізвище на літеру «А», високій зріст, атрактивна зовнішність тощо) є важливим атрибутом успіху людини в будь-які часи. На нашу думку, так можна говорити про результативний пошук, прагнення удачі на тлі аристократичної епохи, але не демократичної. У контексті першої добробут є результатом прихильного ставлення покровителя, а в межах демократичної системи – результатом функціонування ефективних соціальних інститутів. Без сумніву, так звана усмішка долі відіграла величезну роль у блискучій підприємницькій кар'єрі легендарного грека Онассіса Арістотелеса Сократеса. Колись бідний юнак після вимушеного переїзду до Латинської Америки у пошуках кращої долі випадково познайомився з Карлосом Гарделем – відомим співаком, королем аргентинського танго. Ця подія – бізнес-угода з відомою персоною – назавжди змінила життя юнака. Але все ж таки вирішальну роль у процесі казкового перевтілення відіграла сильна досяжницька мотивація молодого грека та його непереможне бажання назавжди вирватись із небезпечної пастки субкультури бідності.

Одним із головних понять нашого дослідження є поняття «успіх». Варто зауважити, що існує щонайменше дві соціологічні моделі досягнення життєвого успіху: 1) «рулетка» чи, іншими словами, щасливий лотерейний білет; 2) закономірний результат сумлінної, систематичної, методичної праці. Саме другий варіант є квінтесенцією здорової підприємницької ментальності та ділової ініціативи, яка завжди була благодатним підґрунтям для розвитку економіки та суспільства. Натомість перший варіант більше притаманний масовій свідомості автократичних, аристократичних країн, де поширений екстернальний тип особистості.

На тлі діджиталізації, що поширюється світом зі швидкістю шквального вітру, однією з центральних фігур соціально-економічної системи все ще залишаються підприємці. В інформаційну епоху їх слушно ідентифікують із «драйверами» подальшої діджиталізації суспільства, розвитку електронної демократії/комерції та збільшення важливого ресурсу медіаграмотності населення. Звісна річ, усе це важливі тренди сучасного світу, оскільки важко йти в ногу з часом без належного рівня медіаграмотності, проте головна місія малого і середнього бізнесу полягає у створенні лівової частки внутрішнього валового продукту. Нагадаємо, що сутність класичної економіки полягає у процесах виробництва, обміну, розподілу та споживання дефіцитних ресурсів ненасильницькими методами для задоволення індивідуальних і суспільних потреб. «Серед економістів існує думка, що підприємництво має місце лише у сферах, де функціонують товарно-грошові відносини» [15, с. 99]. Зараз у всьому світі меншає готівки, гроші стають здебільшого електронними, споживачі отримують їх та розраховуються переважно за допомогою пластикових карток. Проте національна економіка, поряд із її фінансовими аспектами, завжди сприймається як суспільний феномен із рельєфним соціальним виміром, виразною культурною енергією.

Іншими словами, вона заснована на певному менталітеті, життєвих практиках, архетипах колективного несвідомого, формальних і неформальних нормах соціального законодавства тощо. Закономірним наслідком означеного є певний тип підприємця.

В сучасних умовах з-поміж цінностей, що передбачають господарський успіх, ефективний тип підприємницької та ділової ініціативи виокремлюють здебільшого: соціальну довіру, толерантність, прагнення до самореалізації, досягнення конкретного результату, досяжницьку мотивацію, конструктивний індивідуалізм, інноваційність, методичність, систематичність, самодисципліну, планування на тривалу перспективу тощо. До слова, про наявність таких рис у ментальності, масовій свідомості розвинутих суспільств, у їхньому національному характері говорили свого часу Г. Спенсер (під час подорожі Америкою в жовтні 1882 р.) та Г. Ле Бон у праці «Психологія мас і народів». Г. Спенсер під час мандрівки зазначав, окрім іншого, підприємливість американців, пишність їхніх міст, насамперед Нью-Йорка, Клівленда, як видатне досягнення праці лише в межах одного покоління [17, с. 1385]. Окрім того, він акцентував на широкому застосуванні інновацій, телефонних апаратів, методичності, систематичності, шанобливому ставленні до часу, довгостроковій перспективі планування бізнесу, відсутності «штурмовщини» (спішного, поривчастого виконання роботи), а також загальній пристрасності американців до праці [17, с. 1385]. Очевидно, що певна ментальність і державна регуляторна політика може як сприяти, так і заважати веденню підприємництва, тому, як зазначалось вище, малий бізнес становив у 2019 р. внутрішньому валовому продукті США близько 44 % [11], а в Україні – приблизно 16 % [10].

**Висновки.** Підводячи підсумки, зазначимо, що вплив батьківських генів, попередніх генерацій на соціальну поведінку людини вивчають представники соціобіології. І досі точаться дискусії стосовно того, що на цьому тлі є успадкованим, а що набутим. Однак більшість експертів згодна з тим, що темперамент, шаблони мовлення, психічні звички, інтелектуальні здібності суттєво зумовлені успадкованими від батьків генами. Натомість М. Вебер зазначав, що бажаний набір якостей для успішної підприємницької діяльності є насамперед результатом соціалізаційного впливу та культурного відтворення.

Не претендуючи на вичерпний аналіз обраної нами проблематики, зауважимо, що, згідно з даними численних соціологічних і психологічних досліджень, думками експертів, власними міркуваннями, набуті характеристики для успішного ведення бізнесу та розвитку ділової ініціативи у стабільному суспільстві суттєво корелюють з емансипаційними цінностями, серед яких ми виокремили інтернальний тип особистості, досяжницьку мотивацію, самоконтроль, систематичність, довгострокову перспективу планування, психологічну молодість, раціоналістичність, самостійність, відповідальність, працьовитість, законослухняність, пунктуальність тощо. Зазначені цінності та характеристики мають різну значущість та різний рівень прояву в тих чи інших країнах, що зумовлено їхніми соціокультурними особливостями. Саме це визначає відмінності (говорячи англійською, «make difference») між суспільними системами, відповідними успіхами у підприємницькій діяльності та загальним розвитком економіки. З огляду на це свої подальші дослідницькі пошуки в контексті обраної проблематики ми плануємо концентрувати на створенні соціально-психологічного портрету сучасного українського підприємця. На нашу думку, реалізація такого дослідження може стати у нагоді при вирішенні численних проблем розвитку вітчизняного підприємництва.

#### Список літератури:

1. Экономическая культура населения Украины / Под ред. академика НАН Украины В. М. Ворони, д-ра филос. наук, профессора Е. И. Суименко: К.: Институт социологии НАН Украины. 2008. 316 с.
2. Резнік В. С. Легітимація приватної власності як концепт соціологічної теорії. К.: Інститут соціології НАН України, 2010. 512 с.
3. Пилипенко В. Е. Реформи. Підприємництво. Культура. К.: Фолиант, 2001. 150 с.
4. Сірий Є. В. Сучасне становище молодіжного підприємництва: статистичний та соціологічний вимір // Демографія та соціальна економіка. 2020. № 1 (39). С. 63-78.
5. Лоза А. С. Міфи та реалії підприємництва у сучасному суспільстві // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. У 2-х т. Т. 2. Харків. Видавничий центр Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2006. С. 234-236.
6. Пачковський Ю. Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки. Львів: Світ. 2000. 272 с.
7. Ніколенко В.В. Соціальна роль підприємницької діяльності: історико-соціологічний вимір // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія "Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи". 45. 2021. С. 28-35.
8. Економічна соціологія. Навч. посібник / під заг. ред. Ворони В. М., Пилипенка В. Є. К.: Інститут соціології НАНУ, 1998. 272 с.
9. Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
10. Малий та середній бізнес в Україні дає 55 % ВВП – Кабмін. <https://www.unian.ua/economics/finance/10596576-maliy-ta-seredniy-biznes-v-ukrajini-daye-55-vvp-kabmin.html>

11. Small Businesses Generate 44 Percent Of U.S. Economic Activity. Release No. 19-1 ADV [By Office Of Advocacy](https://advocacy.sba.gov/2019/01/30/small-businesses-generate-44-percent-of-u-s-economic-activity/#:~:text=A%20new%20report%20shows%20that,percent%20of%20U.S.%20economic%20activity) On Jan 30, 2019 <https://advocacy.sba.gov/2019/01/30/small-businesses-generate-44-percent-of-u-s-economic-activity/#:~:text=A%20new%20report%20shows%20that,percent%20of%20U.S.%20economic%20activity>
12. Angela Y. Chang, ScD; Prof. Vegard F. Skirbekk, PhD; Stefanos Tyrovolas, PhD; Nicholas J. Kassebaum, MD; Joseph L. Dieleman, PhD. Measuring population ageing: an analysis of the Global Burden of Disease Study 2017 // *The LANCET. Public Health*. VOLUME 4, ISSUE 3, E159-E167, MARCH 2019. [https://www.thelancet.com/journals/lanpub/article/PIIS2468-2667\(19\)30019-2/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lanpub/article/PIIS2468-2667(19)30019-2/fulltext)
13. Adrienne Santos-Longhurst. Medically reviewed by Janet Brito, Ph.D., LCSW, CST. Updated on July 13, 2018. 16 Reasons to Smooch: How Kissing Benefits Your Health <https://www.healthline.com/health/benefits-of-kissing>
14. Warren Buffett and best thing for investment. <https://tv-english.club/what-did-they-say-episodes/episode-45/>
15. Пилипенко В. Є. Людина в ринковому суспільстві: орієнтації, поведінки, культура. К.: ПЦ «Фоліант», 2005. 224 с.
16. Сірій Є. В. Підприємництво як предмет теоретико-соціологічного осмислення. КНУ імені Т. Г. Шевченка. Надруковано: ТОВ «Агенство «Україна». Київ. 392 с.
17. Спенсер Г. Опыты научные, политические и философские / пер. с англ. под ред. Н. А. Рубакина. Мн.: Современ. Литератор. 1999. 1408 с.
18. BBC Learning English. Does your name start with the wrong letter? <https://www.bbc.co.uk/learningenglish/features/6-minute-english/ep-190926>
19. Hansson Åsa. Tax Policy and Entrepreneurship: Empirical Evidence from Sweden. *Small Business Economics* 38, no. 4 (2012): 495–513. <http://www.jstor.org/stable/41472835>.
20. Osensky Tanya S. Shortchanged: Height Discrimination and Strategies for Social Change. Published by: University Press of New England. 2017. 171 p.
21. Wong, Jaclyn S. & Penner, Andrew M. (2016). Gender and the Returns to Attractiveness. *Research in Social Stratification and Mobility*. vol. 44 pp. 113-123.

## ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК НАЧАЛА XXI ВЕКА: ЭСКИЗ СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОРТРЕТА

**Николенко Вадим Викторович** – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии Днепропетровского национального университета имени Олеся Гончара, пр. Гагарина, 72, г. Днепр, 49010, Украина, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6730-0938>, e-mail: [vadnikolenko1983@gmail.com](mailto:vadnikolenko1983@gmail.com)

*В статье предпринимается попытка создания социально-психологического портрета успешных субъектов социально-экономической деятельности. Определяется вклад во внеэкономическое понимание предпринимательства таких классиков социологической мысли и современных учёных, как Г. Спенсер, Г. Лебон, М. Вебер, И. Валлерстайн, Г. Хофштеде, К. Поланьи, Т. Барнз, О. Флем и др., а также таких украинских социологов, как В. Ворона, В. Пилипенко, В. Резник, Ю. Пачковский, Е. Серый, А. Лоза и др. Анализируются приобретённые и предписанные (аскриптивные) личностные характеристики, способствующие либо препятствующие ведению успешного предпринимательства и развитию деловой инициативы человека. Отмечается, что приобретённые личностные черты, положительно влияющие на эффективность социально-экономической деятельности, являются результатом определённого социализационного влияния и культурного воспроизводства. Подчёркивается, что анализ результатов многочисленных научных, в том числе социологических, исследований, экспертное мнение западных и отечественных учёных, собственные наблюдения позволили автору прийти к выводу о том, что приобретённые характеристики для успешного ведения предпринимательства и развития деловой/карьерной инициативы в стабильном социуме существенно/прямо коррелируют с наличием таких эмансипационных ценностей, как: интернальный тип личности, достижительская мотивация, лидерские устремления, самоконтроль, систематичность, долгосрочная перспектива планирования, психологическая молодость, рационалистичность, самостоятельность, ответственность, инновационность, трудолюбие, законопослушность, пунктуальность и т.д. Акцентируется внимание на том, что перечисленные ценности по-разному насыщают публичное пространство тех или иных стран, что связано с отличиями в их традициях, ментальности, социальных институтах и установках, в механизмах социализации и культурного воспроизводства. В свою очередь, это обуславливает существенную разницу между экономически развитыми странами и странами с «догоняющей» экономикой. Определяются направления дальнейших исследований в избранной проблематике, в частности создание социально-психологического портрета современного украинского предпринимателя.*

**Ключевые слова:** предпринимательство, деловая инициатива, успех, эмансипативные ценности, лидерские способности, достижительская мотивация, социализация, культурное воспроизводство.

### References:

1. Vorona, V. M. and Suymenko, E. I. (eds.) (2008) Economic culture of the population of Ukraine. Kyiv: Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine [in Ukrainian]
2. Reznik, V. S. (2001) Legitimation of private property as a concept of sociological theory. Kyiv: Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine [in Ukrainian]
3. Pylypenko, V. E. (2001) Reforms. Entrepreneurship. Culture. Kyiv: Foliant [in Ukrainian]

4. Siry, E. V. (2020) 'Modern situation of youth entrepreneurship: statistical and sociological dimension' *Demography and social economy* 1 (39), pp. 63-78 [in Ukrainian]
5. Loza, A. S. (2006) 'Myths and realities of entrepreneurship in modern society' *Methodology, theory and practice of sociological analysis of modern society*. In 2 volumes. T. 2. Kharkiv: Publishing Center of V. N. Karazin Kharkiv National University P. 234-236 [in Ukrainian]
6. Pachkovsky, Yu. F. (2000) *Sociopsychology of entrepreneurial activity and behavior*. Lviv: World [in Ukrainian]
7. Nikolenko, V. (2021) 'Social Role of Entrepreneurial Activity: Historical and Sociological Dimension', *Visnyk of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series "Sociological studies of contemporary society: methodology, theory, methods*, pp. 28-35. DOI: 10.26565/2227-6521-2020-45-03 [in Ukrainian]
8. Vorona, V. M. and Pylypenka, V. E. (eds.) (1998) *Economic sociology. Education guide* Kyiv: Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine [in Ukrainian]
9. Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance <https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>
10. Small and medium-sized businesses in Ukraine contribute 55% of GDP - Cabinet of Ministers [online]. Available at: <https://www.unian.ua/economics/finance/10596576-maliy-ta-seredniy-biznes-v-ukrajini-daye-55-vvp-kabmin.html>
11. Small Businesses Generate 44 Percent Of U.S. Economic Activity. Release No. 19-1 ADV By Office Of Advocacy On Jan 30, 2019 [in Ukrainian] <https://advocacy.sba.gov/2019/01/30/small-businesses-generate-44-percent-of-u-s-economic-activity/#:~:text=A%20new%20report%20shows%20that,percent%20of%20U.S.%20economic%20activity>
12. Chang, Angela Y., Skirbekk, Vegard F., Tyrovolas, Stefanos, Kassebaum, Nicholas J. and Dieleman, Joseph L. (2019) 'Measuring population ageing: an analysis of the Global Burden of Disease Study 2017' *The LANCET. Public Health*. 4 (3), DOI: [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(19\)30019-2](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(19)30019-2)
13. Adrienne Santos-Longhurst (2018) Medically reviewed by Janet Brito, Ph.D., LCSW, CST. Updated on July 13, 2018. 16 Reasons to Smooch: How Kissing Benefits Your Health [online]. Available at: <https://www.healthline.com/health/benefits-of-kissing>
14. Warren Buffett and best thing for investment [online]. Available at: <https://tv-english.club/what-did-they-say-episodes/episode-45/>
15. Pylypenko, V. E. (2005) *Person in a market society: orientations, behavior, culture*. KYIV: "Foliant" [in Ukrainian]
16. Siry, E. V. (2008) *Entrepreneurship as a subject of theoretical and sociological understanding*. KNU named after T. G. Shevchenko. Printed: Agency "Ukraine" LLC. Kyiv [in Ukrainian]
17. Spencer, H. (1999) *Scientific, political and philosophical experiences*, translated by Rubakina, N. A. Minsk: Modern Writer [in Russian]
18. BBC Learning English. Does your name start with the wrong letter? [online]. Available at: <https://www.bbc.co.uk/learningenglish/features/6-minute-english/ep-190926>
19. Hansson, Åsa. (2012) 'Tax Policy and Entrepreneurship: Empirical Evidence from Sweden' *Small Business Economics* 38, no. 4, pp. 495-513 [online]. Available at: <http://www.jstor.org/stable/41472835>.
20. Osensky, Tanya S. (2017) *Shortchanged: Height Discrimination and Strategies for Social Change*. Published house: University Press of New England.
21. Wong, Jaclyn S. & Penner, Andrew M. (2016). Gender and the Returns to Attractiveness. *Research in Social Stratification and Mobility*. vol. 44 pp. 113-123.

Отримано 8.11.2021

## РОЗДІЛ 2

## ЕМПІРИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 316.36

DOI: 10.26565/2227-6521-2021-47-03

## ЧАЙЛДФРІ У ФОКУСІ ЯКІСНИХ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

**Зубарев Олександр Сергійович** – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, Майдан Свободи 4, 61022, Україна, e-mail: alexandr.zubarev@karazin.ua, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9722-2851>

У статті аналізується проблематика чайлдфрі в соціологічному дискурсі. Зазначається, що поняття «чайлдфрі» з'являється у контексті переосмислення панівного суспільного дискурсу про бездітність. Якщо поняття «чайлдлес» позначає людей, які є бездітними з незалежних від них причин, то поняття «чайлдфрі» – людей, які є бездітними тому, що самі зробили такий вибір. Акцентується увага на недостатній розробленості даної проблематики в сучасній українській соціології. Робиться огляд соціологічних досліджень феномену чайлдфрі, здійснених якісними методами. Аналізується низка робіт західних науковиць, присвячених обраній автором проблематиці. Зокрема, робота британської соціологині Жозефін Девіс, яка присвячена питанню, як переживають період з 45 до 55 років жінки, що обрали не-материнство; напрацювання Дж. Віверс, яка серед чайлдфрі виокремлює такі групи, як «ранні артикулятори», «відкладачі», «афісьонадо» та «реджектори»; Е. Кемпбелл, яка показує, що інколи характер стосунків між жінкою та її матір'ю в майбутньому може вплинути на вибір жінки бути чайлдфрі; Р. Гіллеспі, яка детально вивчає формування ідентичності жінок-чайлдфрі; П. Бонніці, яка досліджує вплив добровільної бездітності на ідентичність жінки; К. Парк, у роботі якої розкриваються стратегії управління стигмою, які використовують чайлдфрі; Е. Кемпбелл, яка вивчає суспільне сприйняття жінок, що обрали стерилізацію як постійну форму контрацепції. Підкреслюється, що феномен чайлдфрі можна розглядати в контексті «мистецтв існування», або «технік себе» (М. Фуко), адже питання мати чи не мати дітей не є предметом суворих моральних заборон, а, скоріше, інтенсивної моральної проблематизації. Якщо ж добровільна бездітність є формою стилізації життя, то, відповідно, вона може бути проаналізована в таких аспектах, як: детермінація етичної субстанції, спосіб підпорядкування себе, форма етичної роботи та телеологія морального суб'єкта.

**Ключові слова:** чайлдфрі, чайлдлес, стигма, не-материнство, естетики існування, якісна соціологія.

## CHILDFREE IN THE FOCUS OF QUALITATIVE SOCIOLOGICAL RESEARCH

**Zubarev Oleksandr** – PhD in sociology, Department of Sociology V.N. Karazin Kharkiv National University, Freedom Square, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine, e-mail: alexandr.zubarev@karazin.ua, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-9722-2851>

*The article deals with the problematics of childfree in sociological discourse. It is noted that the concept of "childfree" appears in the context of rethinking the prevailing public discourse about childlessness. If the concept of "childless" refers to people who are childless for reasons beyond their control, then the concept of "childfree" refers to people who are childless because they themselves made such a choice. Attention is focused on the insufficient development of this issue in modern Ukrainian sociology. A review of sociological studies of the childfree phenomenon, implemented using qualitative methods, is carried out. In particular, the work of the British sociologist Josephine Davies, devoted to the question of how women who choose not to be mothers experience the period from 45 to 55; the study by J. Veivers, who singles out "early articulators", "postponers", "aficionados" and "rejectors" among the childfree; E. Campbell, who shows that sometimes the nature of the relationship between a woman and her mother can influence a woman's choice to be a childfree in the future; R. Gillespie, who studies in detail the formation of the identity of childfree women; P. Bonnici, who studies the impact of voluntary childlessness on a woman's identity; K. Park, which reveals the strategies of stigma management that use childfree; A. Campbell, who studies the social perception of women who have chosen sterilization as a permanent form of contraception. The opinion is expressed that the phenomenon of childfree can be considered in the context of "aesthetics of existence" or "self-technique" (M. Foucault), because the question of whether or not to have children is not subject to strict moral prohibitions, but rather intense moral issues. If voluntary childlessness is a form of stylization of life, then, accordingly, it can be analyzed in such aspects as: determination of ethical substance, way of self-subordination, form of ethical work and teleology of the moral subject.*

**Keywords:** childfree, childless, stigma, non-motherhood, aesthetics of existence, qualitative sociology.

### Постановка проблеми

У ХХ столітті відбулися настільки радикальні зміни у царині сексуальності, що загальноприйнятим терміном для їхнього позначення стало поняття «сексуальна революція». Безперечно, як і будь яка революція, що зачіпає основи людського буття та соціальних відносин, сексуальна революція не відбулася раптово та мала низку соціальних передумов. Відомий дослідник людської сексуальності І. С. Кон говорить про тенденції Нового часу, які призвели до сексуальної революції ХХ століття: руйнування традиційної системи гендерної стратифікації; зміна та збільшення внутрішньої суперечливості стереотипів про маскуліність та фемінність; зрушення в шлюбно-сімейних відносинах; диференціація сімейних цінностей й збільшення важливості такого показника, як суб'єктивне благополуччя шлюбу; підвищення індивідуальної вибірковості шлюбу; руйнування традиційних антисексуальних настанов; зміни у системі соціалізації дітей та молоді, а також контрацептивна революція, наслідком якої є відокремлення сексуальної поведінки від репродуктивної [1].

Якщо ми будемо розглядати окремо кожен із названих тенденцій, то стане очевидно, що сексуальна революція – це процес, який досі триває. Можливо, вже не йдеться про радикальний переворот у сексуальній культурі, але ми постійно спостерігаємо зміни, які лежать у площині тих вибухових процесів, які спостерігалися в 60-70-ті роки ХХ століття в США, а двадцять років потому на теренах сучасної України. По-перше, це трансформація онтології соціальних стосунків між статями, зокрема прийняття дошлюбних стосунків, зростання терпимості до різних форм сексуальності, послаблення «подвійного стандарту» тощо [1]. По-друге, розвиток біотехнологій та медицини. Винайдення надійних контрацептивів зробило можливим секс, який не має своєю метою народження дитини, а технологія екстракорпорального запліднення дала можливість людям народжувати дітей без сексуальної взаємодії, навіть без поцілунків. Разом із цим, ми спостерігаємо виникнення нових технологій контрацепції. Наприклад, з'явилася екстрена контрацепція, яка може бути застосована жінкою протягом 72 годин після статевого акту. Поява екстреної контрацепції суттєво змінила «правила гри» у випадку незахищеного випадкового сексу, або якщо жінка, наприклад, невпевнена, хоче вона мати дитину чи ні<sup>1</sup>. По-третє, перевизначення існуючого порядку дискурсів, наукової та повсякденної мови про сексуальність та статі.

Поняття та феномен «чайлдфрі» з'являються саме у контексті переосмислення панівного суспільного дискурсу про бездітність. Якщо поняття «чайлдлес» позначає людей, які є бездітними з незалежних від них причин, то поняття «чайлдфрі» людей, які є бездітними тому, що зробили такий вибір. До виходу у світ книги Елен Пек «Дитяча пастка» (1971) думки, що жінки можуть відчувати амбівалентні почуття до перспективи материнства, а бездітність може бути добровільною, не існувало в суспільній свідомості [2, с. 22].

Сьогодні чайлдфрі як спосіб життя, який обирають чоловіки та жінки, є реальністю як країн Західної Європи, так і сучасного українського суспільства. Як показує дослідження Соціологічної групи «Рейтинг», ставлення населення України до чайлдфрі є більшою мірою негативним<sup>2</sup>. Автори дослідження обрали декілька категорій, щодо яких можлива перевірка толерантності: ЛГБТ+, люди, які вирішили не мати дітей, та люди, які не вірять у Бога. Виявилось, що до ЛГБТ+ негативно ставляться 47% респондентів, нейтрально – 44%, позитивно – 7%; до людей, які вирішили не мати дітей, негативно ставляться 42% респондентів, нейтрально – 48%, позитивно – 8%; до тих, хто не вірить в Бога, негативно ставляться 28% респондентів, нейтрально – 63%, позитивно – 8%. Таким чином, люди, які вирішили не мати дітей, є номінальною групою, представники якої мають високі шанси зіштовхнутися з негативним сприйняттям свого вибору найближчим та більш далеким соціальним оточенням.

З цим пов'язані такі питання, як стигматизація ідентичності, управління стигмою та моральна кар'єра чайлдфрі; проблематика життєвого шляху та біографічно детермінованої ситуації чайлдфрі; самовизначення та самоусвідомлення чайлдфрі; сприйняття чайлдфрі найближчим соціальним оточенням тощо. Відсутність проблематизації цих аспектів життя чайлдфрі в українській соціології зумовлює актуальність цієї статті.

### Ступінь наукової розробленості проблеми

Якщо проаналізувати публікації з теми чайлдфрі в сучасній українській соціології, то вони або ґрунтовані кількісною методологією, або є оглядовими роботами. Так, О. Стрельник (див.: [3, 4]) досліджує добровільну бездітність як предмет наукових та суспільних дискусій, а також у зв'язку з проблематикою материнства. О. Антонова [5] розглядає сім'ї, які свідомо не хочуть мати дітей, як об'єкт публічної

<sup>1</sup> Пригадується героїня серіалу «Піарщиця» Робін, яка попри напружені робочі будні PR-фахівця вирішує завести дитину, але після сексу зі своїм партнером потайки випиває пігулки екстреної контрацепції, і так відбувається неодноразово. Робін є «хвилеподібною відмовницею» за типологією чайлдфрі, яку запропонували Д. Ніл та Х. Джоші, але використання екстреної контрацепції надає цьому типу нового змісту.

<sup>2</sup> Дослідження «Покоління Незалежності: цінності та мотивація» проведене в період 20 липня – 9 серпня 2021 року методом САТІ (Computer Assisted Telephone Interviewing – телефонні інтерв'ю з використанням комп'ютера) на основі випадкової вибірки мобільних телефонних номерів. Вибіркова сукупність 20000 респондентів є репрезентативною за віком (від 16 років), статтю та типом поселення (на тимчасово окупованих територіях Криму та Донбасу дослідження не проводилося).

політики. Публікації М. Малюги [6] присвячені таким питанням, як (не)батьківство як індивідуальна стратегія боротьби з бідністю, роль фемінізму у виникненні руху чайлдфрі, добровільна бездітність як стиль життя та виклик українському суспільству. Всі ці роботи містять визначення поняття «чайлдфрі», основні характеристики відповідного феномену, але не дозволяють зрозуміти позицію та мотивацію людей, які обрали життя без дітей, та наслідки їхнього вибору у перспективі життєвого світу.

Таким чином, *метою цієї статті* є виявлення різноманіття аспектів проблематики чайлдфрі, яка представлена в дослідженнях зарубіжних авторів, здійснених якісними методами.

#### **Виклад основного матеріалу**

Перше якісне соціологічне дослідження добровільної бездітності, з яким пов'язана проблематизація цього феномену в гуманітарних науках, було проведене соціологинею Джин Віверс у Канаді між 1972 та 1977 роками. Її мета полягала в тому, щоб пролити світло на невивчену область добровільної бездітності через розуміння мотивації вибору та його наслідків. Як метод збору первинної соціологічної інформації, Дж. Віверс використала неструктуровані глибинні інтерв'ю, а методологічною базою її наукових студій стали напрацювання Н. Дензіна. Цікаво, що дослідниця спочатку планувала використовувати інший метод – анкетне опитування, але потім відмовилася від цієї ідеї, оскільки відчувала сумніви стосовно того, які саме питання будуть евристичними. Інформантам було запропоновано у довільній формі розповісти про власне життя з акцентом на ставленні до шлюбу та батьківства. Було проведено 156 інтерв'ю з одруженими особами, серед яких 120 жінок та 36 чоловіків. У 1980 році за результатами цього дослідження Дж. Віверс опублікувала книгу «Бездітність за вибором» [2, с. 23; 7].

Аналіз отриманих біографічних інтерв'ю дозволив дослідниці виокремити дві групи чайлдфрі: «ранні артикулятори» (early articulators) та «відкладачі» (postponers). Ранні артикулятори – це люди, які приймають рішення не мати дітей ще в дитинстві чи підлітковому віці й їхня точка зору не змінюється протягом життя; вони не відчувають вагання та сумнівів у своєму виборі та сприймають своє небажання мати дітей як незмінну рису характеру. Саме ранні артикулятори найчастіше виступають за добровільну стерилізацію як найбільш радикальну та ефективну форму контрацепції [2, с. 24]. Можна припустити, що рішення на користь добровільної стерилізації має для ранніх артикуляторів важливе значення не тільки в таких аспектах, як перспектива уникнення ризику незапланованої вагітності/батьківства та можливість займатися сексом без використання засобів контрацепції, але й у підтвердженні власної ідентичності. Це крок до повної узгодженості фертильного статусу та соціальної ідентичності.

Відкладачі – це люди, які певний час відкладають народження дітей, а згодом приймають рішення їх зовсім не мати. Дж. Віверс виокремила чотири етапи, які зазвичай проходять відкладачі. На першому етапі пара відкладає народження дитини на визначений час, наприклад до отримання власного житла, купівлі автомобіля або завершення навчання. На другому етапі визначеність зникає, тепер це невизначений проміжок часу, а причина відкладання народження дитини трансформується з конкретної в абстрактну. Наприклад, подружжя може відкласти народження дитини до того моменту, коли будуть вирішені їхні психологічні проблеми, зникнуть протиріччя, а життя стане більш врегульованим, прогнозованим тощо. На третьому етапі відкладання пара свідомо обговорює позитивні та негативні сторони батьківства та приймає рішення не мати дітей [2, с. 24]. Зрозуміло, що це рішення може бути протилежним, але тоді не йдеться про добровільну бездітність.

Далі Дж. Віверс виокремила ще дві категорії чайлдфрі: «прихильників (aficionados) бездітного способу життя» та тих, «хто відкидає (rejectors) батьківство». Афісьонадо – це люди, які не хочуть змінювати свій усталений спосіб життя, не хочуть відмовлятися від своїх звичок, хобі, свободи подорожувати, можливості мати особистий простір тощо заради виховання дітей, навіть якщо діти їм подобаються. Представники цієї групи чайлдфрі, як правило, не сприймають свій вибір як політичний або ідеологічний та мають більш різноманітний бекграунд, ніж ті, хто відкидає батьківство. Реджектори – це люди, що твердо переконані у своєму рішенні не мати дітей, вони не відрізняються любов'ю до дітей та відкрито висловлюються щодо свого рішення [2, с. 25]. Ці категорії чітко розрізняються за мотивацією вибору: для афісьонадо спосіб життя без дітей виглядає привабливішим, ніж батьківство, тоді як реджекторів відштовхує саме батьківство, народження та виховування дитини, а переваги способу життя без дітей не є для них принципово важливими.

Слушні критичні зауваження щодо результатів дослідження Дж. Віверс висловлює британська соціологиня Жозефін Девіс [2].

По-перше, вона вважає, що ідеї Дж. Віверс сьогодні можуть бути менш актуальними, зважаючи на зміни в шлюбно-сімейних відносинах, зокрема збільшення віку укладання шлюбу як для чоловіків, так і для жінок, зростання кількості розлучень та повторних шлюбів. Як наслідок, очікування людей, які живуть у шлюбі, стають менш визначеними, і можна сказати, що певною мірою до відкладання народження дитини вдається більшість сімей [2, с. 24].

По-друге, сам термін «відкладання» (postponement) виглядає дещо невідповідним тому феномену, що позначає. Важко сказати, чи відображає цей термін, наприклад, досвід жінок, які відчувають

амбівалентні почуття до перспективи бути матір'ю, вагаються та зважують «за» та «проти» того чи іншого рішення, але не відчувають, що відкладають материнство. Д. Девіс ілюструє цю думку, звертаючись до автобіографічних рефлексій поетеси Моллі Пікок [8] та психоаналітикині Жанни Сейфер [9]. М. Пікок протягом довгого часу переглядала свій вибір не мати дітей, але не відчувала, що відкладає материнство. Точніше це можна було б описати як процес прийняття зваженого та свідомого рішення, рух та створення себе шляхом свого вибору. Ж. Сейфер висловлює думку, що усвідомлення того, від чого потрібно буде відмовитися, обравши життя без дітей, є частиною процесу вибору і що подібне усвідомлення переживають і батьки, що відмовляються від можливостей, доступних тим, хто не має дітей. Як пише Ж. Сейфер, не існує такої речі, як «мати все», адже кожен вибір передбачає відмову від можливостей, що надає альтернативне рішення, і від цього нікуди не дітись. Для кожної з авторок вибір не народжувати дався складно, вагання тривали до сорокарічного віку, але саме складність, продуманість та зваженість цього рішення зробила його суб'єктивно цінним. Таким чином, можна сказати, що «мова відкладання» дещо спрощує досвід жінок, які вирішують не народжувати. Термін «відкладання» є вдалим лише щодо одного з типів досвіду, коли рішення дійсно відкладається, а на його місце вклинюються інші проекти, щоб, у свою чергу, поступитися остаточному вибору. Проте наведені вище приклади демонструють, що питання мати чи не мати дітей може бути місцем інтенсивної проблематизації поза розумінням материнства як справи, що відкладена до кращих часів [2, с. 24-25].

По-третє, Дж. Девіс зауважує, що типологія Дж. Віверс є неповною, тобто вона не відображає всіх мотивів вибору життя без дітей. Ця заувага більшою мірою стосується подальшого розвитку напрацювань Дж. Віверс, адже будь яка типологія, вироблена за результатами якісного дослідження, з часом потребуватиме уточнення та доповнення. Так, наприклад, Меделін Кейн у науково-популярній книзі «Революція бездітності. Що означає бути чайлдфрі сьогодні?» (2001) на основі інтерв'ю зі 100 американськими жінками виявила, що є жінки, які обирають життя без дітей через занепокоєність станом довкілля, перенаселенням, долею планети тощо [10].

Інший аспект мотивації вибору життя без дітей розкриває Елейн Кемпбелл [11], яка показує, що інколи характер стосунків між жінкою та її матір'ю може у майбутньому вплинути на вибір жінки бути чайлдфрі. Як влучно зауважує К. Девіс, психоаналітичний погляд на материнство не враховує те, як насправді матір ставиться до себе та до своїх дітей, постулюючи материнство як універсальну для всіх жінок реалізацію [2]<sup>3</sup>. Е. Кемпбелл провела 78 напівструктурованих інтерв'ю з клієнтами клініки планування сім'ї, які перебували у шлюбі. Виявилось, що близько третини жінок розглядає материнство як загрозу своїй ідентичності. Жінки зазначали, що безкорисна хатня праця, виховання дітей робили їхніх матерів невидимими, повністю поглинутими рутинною повсякдення<sup>4</sup>. Результати цього дослідження показують, що пронаталізм містить певне протиріччя: у суспільному дискурсі акцентується увага на радостях та визначній ролі материнства, тоді як реальність безоплатної виснажливої праці або, наприклад, вимушеної соціальної ізоляції ігнорується [2, с. 26].

Розмарі Гіллеспі ([12], [13]) вивчала питання формування ідентичності жінок-чайлдфрі. Як стверджує соціологиня, ідентичність деяких учасниць її дослідження частково визначалася їхнім статусом «нематері», але це не впливало на їхнє самоусвідомлення себе як жінок. Було виявлено, що бездітність є основним компонентом ідентичності жінок, що взяли участь у дослідженні, але це не робило їх маскулініними чи андрогінніними. Жінки-чайлдфрі поривали з традиційним розумінням жіночності, що надає їй сенс та значення через материнство, а також визнавали роботу та кар'єру важливими аспектами свого життя, проте дотримувалися таких звичних аспектів жіночої ідентичності, як одяг та зовнішній вигляд, і вважали їх важливими для сприйняття самих себе [2, с. 26-27].

Феноменологічне дослідження Патриції Бонніці [14] також присвячене питанню впливу добровільної бездітності на ідентичність жінки. На основі аналізу результатів напівструктурованих інтерв'ю з 6 жінками у віці сорока років, які перебувають у довготривалих (8 років та більше) гетеросексуальних стосунках, П. Бонніці доходить висновку, що рішення не ставати матір'ю не є визначальним фактором їхньої ідентичності. Це дослідження наводить на думку, що визначення ідентичності жінки через наявність/відсутність дітей є соціальним конструктом, який не завжди відповідає реальності, що може стати підґрунтям для розведення понять «жіночність» та «материнство» [2]. Ототожнення цих понять несе в собі певні загрози, адже воно означає, що із втратою або нереалізацією здатності до народження дитини втрачається право жінки називатися жінкою. У цьому контексті можна поставити під сумнів адекватність використання таких загальноживаних понять, як «чайлдлес» та

<sup>3</sup> У повній відповідності до тези З. Фрейда: «Анатомія – це доля».

<sup>4</sup> Е. Кемпбелл зазначає, що матері описувалися як «cabbages», тобто «капуста». У переносному сенсі в англійській мові цим словом називають людину, яка веде малоактивний, нецікавий спосіб життя або ж яка втратила здібності мислити та говорити внаслідок певних обставин. Безперечно, таке тяжке враження від долі власних матерів не могло не вплинути на подальший репродуктивний вибір жінок, що брали участь у дослідженні. Хоча цей досвід, безперечно, не є універсальним.

«чайлдфрі», в яких жінка побіжно визначається через фертильність. У термінологічному коментарі до своєї роботи Ж. Девіс зазначає, що поняття «чайлдлес» має конотацію відсутності, тому жінкам здається принизливим, а поняття «чайлдфрі» здається принизливим вже щодо дітей (наче вони привносять певні неприємності в життя і від них можна бути вільним або ні). Обидва поняття є ярликами, які позиціонують жінку щодо відсутності дітей [2]. Далі дослідниця пише: «Сподіваюся, що з часом жінки перестануть ідентифікуватися насамперед за їхнім репродуктивним вибором, а статус кожної окремої жінки сам по собі стане цікавим та унікальним. Але до цього часу, визнаючи власні припущення, я обрала менш ніж задовільний «чайлдфрі», щоб передати свободу та вибір замість нестачі чи відсутності» [2, с. 9].

Американська дослідниця Крістін Парк [15] досліджує, які стратегії управління стигмою використовують добровільно бездітні люди. К. Парк інтерв'ювала 14 жінок і 8 чоловіків старше 30 років гетеросексуальної орієнтації, з 7 із яких провела фокусоване групове інтерв'ю. Отримані дані були проаналізовані з використанням тактики сходження до теорії. Дослідниця виокремила три стратегії управління стигмою, до яких вдаються люди, що свідомо відмовилися мати дітей. По-перше, стратегія, яка полягає в тому, щоб не афішувати рішення не мати дітей як свідомий вибір. Дехто може видавати себе за безплідних або давати неоднозначну відповідь на запитання про відсутність дітей, що виключає подальші розпитування та можливу критику. По-друге, стратегія визнання свого вибору з подальшою нейтралізацією суспільного негативу шляхом засудження неусвідомленого батьківства тощо. Інший варіант цієї стратегії, коли людина визнає свій вибір перед іншими, але виправдовує його відсутністю материнського інстинкту чи нерішучістю та коливаннями, хоча це само по собі може стати підставою для стигматизації. По-третє, стратегія, суть якої полягає в тому, щоб кинути виклик суспільній думці. На питання: «Чому у Вас немає дітей?» люди, які використовують цю стратегію, відповідають питанням: «А чому мають бути діти?», що часто викликає подив у людей, які не сумніваються у тому, що бажання мати дитину – константа людської природи [2, с. 28-29].

Говорячи про можливість жінки впоратися із стигматизацією, К. Парк зазначає, що це багато в чому залежить від впевненості в обраній позиції, тобто жінки, яким не властиві вагання та перестороги щодо майбутнього жалю, ймовірно, швидше знайдуть спосіб боротьби з негативним сприйняттям [2, с. 29].

Як зазначав американський соціолог І. Гофман [16], однією з основних характеристик стигми є її помітність, тобто те, наскільки вона здатна повідомити іншим, що людина володіє нею. Відсутність дітей як стигма є помітною, але ця помітність варіюється в залежності від багатьох факторів. Відтак, ми бачимо різноманіття стратегій управління цією стигмою у континуумі від приховування до демонстрації, але тільки остання з перелічених стратегій є спробою перевизначення домінуючого дискурсу щодо материнства та батьківства та, одночасно, не є спробою взаємної стигматизації.

Британська соціологиня Еннілі Кембелл [17] вивчає суспільне сприйняття жінок, що обрали стерилізацію як постійну форму контрацепції. У її дослідженні взяли участь 23 жінки у віці 22-51 роки, яким дослідниця запропонувала написати щоденник про їхній шлях до стерилізації, а також провела з ними глибинні напівструктуровані інтерв'ю. Інтерв'ювані мали різне класове походження, соціально-економічний статус, але всі були європеїдами. Ж. Девіс називає дослідження Е. Кембелл феміністичним за орієнтацією, вказуючи на те, що авторка прагне до відносин рівності зі своїми учасниками, уникаючи тієї чи іншої трансцендентної позиції. Як показують результати роботи, жінки у своєму прагненні до стерилізації зустрічалися з такими явищами, як приниження, сексизм, ейджизм, причому молодих жінок переконували в тому, що вони ще не здатні приймати подібні рішення, а самотніх, що вони ще зустрінуть чоловіка, з яким захочуть мати дітей. Жінки також говорили про відсутність якихось чітких загальних критеріїв дозволу чи заборони стерилізації, все залежало більшою мірою від суб'єктивної позиції лікаря, до якого звернулася жінка [2, с. 29].

Робота британської дослідниці Жозефін Девіс [2] присвячена питанню, як переживають період з 45 до 55 років жінки, що обрали не-материнство<sup>5</sup>. Авторка провела 10 напівструктурованих інтерв'ю з жінками-чайлдфрі. Отримані дані були проаналізовані за допомогою інтерпретаційного феноменологічного аналізу. Результати дослідження свідчать, що на вибір життя без дітей впливає тяжіння до інших значущих сфер життя, окрім материнства (творчість, кар'єра тощо), а також відмова від його уявних недоліків. Учасниці дослідження прийняли остаточне рішення бути чайлдфрі у віці до 30 років, щоб біологічний кінець фертильності не сприймався як кінець вибору. У віці від 45 до 55 років жінки радіють своєму вибору бути чайлдфрі та тій свободі, яку він надає, втім має місце й певна цікавість та туга за тим, що не було обрано. Ж. Девіс зазначає, що вибір жінок був прийнятий оточенням, хоча деякі з інформанток говорили про певний досвід стигматизації. Управління стигмою здійснювалося насамперед через створення соціальних кіл, в яких не-материнство є «нормою». Важливим джерелом підтримки для жінок, що обрали не-материнство, є друзі. Значення друзів зростає у перспективі майбутньої старості, яка сприймається з певною тривогою [2, с.2].

<sup>5</sup> Як зазначає авторка, п'ята частина жінок Британії досягає 45 років не маючи дітей.

### Висновки

Таким чином, здійснений нами аналіз засвідчив, що, на відміну від української соціології, де більшість публікацій про чайлдфрі мають виключно теоретичний характер або базуються на інтерпретації кількісних показників, для західних соціологів чайлдфрі є предметом якісних досліджень. Основна увага західних учених зосереджується на проблематиці мотивів рішення бути чайлдфрі, формуванні ідентичності чайлдфрі та її стигматизації. Зроблений аналіз демонструє, що бути чайлдфрі – це результат вибору людини, інколи дуже непростого. Історії жінок, які обрали добровільну бездітність, підштовхують говорити про цей феномен як про один із аспектів «естетики існування», або «мистецтва існування» чи «технік себе». За визначенням М. Фуко, техніки себе – це «практики рефлексивні і довільні, за допомогою яких люди не тільки встановлюють собі правила поведінки, але прагнуть також перетворювати самих себе, змінювати самих себе у своєму особливому бутті та робити зі свого життя витвір, який би ніс деякі естетичні цінності й відповідав деяким критеріям стилю» [18, с. 280]. «Техніки себе» розгортаються саме там, де немає суворих правових та моральних приписів, але є моральна проблематизація певних форм репродуктивної поведінки. Дійсно, добровільна відмова від материнства/батьківства засуджується частиною суспільства, але це засудження не є загальним моральним імперативом, багато хто ставиться до добровільної бездітності нейтрально, а дехто позитивно. Отже, мати чи не мати дітей – питання, яке стосується стилізації життя і є формою «технік себе», яку можна проаналізувати в тих аспектах, які називає М. Фуко, а саме: детермінація етичної субстанції, спосіб підпорядкування себе, форма етичної роботи та телеологія морального суб'єкта. Ця ідея буде розвинута нами в майбутніх роботах.

### Список літератури:

1. Кон И. С. Сексология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2004. 384 с.
2. Davies J. A phenomenological exploration into the lived experience of childfree women aged 45-55. Other thesis, Middlesex University, 2014. 172 p.
3. Стрельник О. (Не)батьківство як вибір: добровільна бездітність у наукових та суспільних дискусіях. *Вісник Національного технічного університету «Київський політехнічний інститут». Серія «Політологія. Соціологія. Право»*. К.: «Політехніка», 2012. С. 41–45.
4. Стрельник О. О. Материнство як соціальна практика: структурно-діяльнісна концепція: дис. ... д-ра соціол. наук : 22.00.04. К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2017. 459 с.
5. Антонова О. Соціокультурний феномен сімей, які свідомо не бажають мати дітей, як об'єкт публічної політики. *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України*, 2020. Вип. 1. С. 65-71.
6. Малюга М. Childfree: новий стиль життя та виклик для українського суспільства. *Український педагогічний журнал*. Київ: Інститут педагогіки Національної академії педагогічних наук України, 2019. № 2. С.21-28.
7. Veivers J. Childless by choice. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1980. 220 с.
8. Peacock M. Paradise, Piece by Piece. New York: Riverhead Books, 1998.
9. Safer J. Beyond Motherhood: Choosing a Life Without Children. New York: Pocket Books, 1996.
10. Cain M. The Childless Revolution. Da Capo Press, 2001.
11. Campbell E. Becoming voluntarily childless: An exploratory study in a Scottish city. *Biodemography and Social Biology*, 1983. 30 (3). Pp. 307-317.
12. Gillespie R. Choosing Childlessness: Resisting Pronatalism and the Emergence of a Childless Femininity. University of Southampton, 1999.
13. Gillespie R. Childfree and Feminine: Understanding the Gender Identity of Voluntarily Childless Women. *Gender and Society*, 2003. 17(1), Pp. 122-136.
14. Bonnici P. Who am I if not Mother? Separating Womanhood from Motherhood: A Phenomenological Exploration of the Identity of Childfree Women. *Dpsych*. Regents College, London, 2010.
15. Park K., Stigma Management among the Voluntarily Childless. *Sociological Perspectives*, 2002. 45 (1), Pp. 21-45.
16. Goffman E. Stigma: Notes on the Management of the Spoiled Identity. N. J., Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1963.
17. Campbell A. Childfree and Sterilized: Women's Decisions and Medical Responses. London: Cassell, 1999.
18. Фуко М. История сексуальности. Том 2. Использование удовольствий / пер. с франц. В. Каплуна. СПб.: Академический проект, 2004. 432 с.

## ЧАЙЛДФРИ В ФОКУСЕ КАЧЕСТВЕННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

**Зубарев Александр** – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина, Майдан Свободы 4, 61022, Украина, e-mail: [alexandr.zubarev@karazin.ua](mailto:alexandr.zubarev@karazin.ua), ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9722-2851>

*В статье рассматривается проблематика чайлдфри в социологическом дискурсе. Отмечается, что понятие «чайлдфри» появляется в контексте переосмысления господствующего общественного дискурса о бездетности. Если понятие «чайлдес» обозначает людей, которые являются бездетными по независящим от них причинам, то понятие «чайлдфри» людей, которые являются бездетными потому, что сами сделали такой выбор. Акцентируется внимание на недостаточной разработанности данной проблематики в современной украинской социологии. Осуществляется обзор социологических исследований феномена чайлдфри, реализованных с помощью качественных методов. Анализируется ряд работ западных ученых,*

посвященных избранной автором проблематике. В частности, работа британского социолога Жозефин Дэвис, посвященная вопросу, как переживают период с 45 до 55 лет женщины, избравшие не-материнство; наработки Дж. Виверс, которая среди чайлдфри выделяет такие группы, как «ранние артикуляторы», «откладыватели», «афисйонадо» и «реджекторы»; Э. Кэмпбелл, которая показывает, что иногда характер отношений между женщиной и ее матерью в будущем может повлиять на выбор женщины быть чайлдфри; Г. Гиллеспи, подробно изучающая формирование идентичности женщин-чайлдфри; П. Бонници, исследующей влияние добровольной бездетности на идентичность женщины; К. Парк, в работе которой раскрываются стратегии управления стигмой, использующиеся чайлдфри; Э. Кембелл, изучающая общественное восприятие женщин, избравших стерилизацию как постоянную форму контрацепции. Подчеркивается, что феномен чайлдфри можно рассматривать в контексте «искусстве существования», или «техник себя» (М. Фуко), ведь вопрос иметь или не иметь детей не является предметом строгих нравственных запретов, а, скорее, интенсивной моральной проблематизации. Если же добровольная бездетность является формой стилизации жизни, то, соответственно, она может быть проанализирована в таких аспектах, как: детерминация нравственной субстанции, способ подчинения себя, форма нравственной работы и телеология морального субъекта.

**Ключевые слова:** чайлдфри, чайлдлес, стигма, не-материнство, эстетики существования, качественная социология

### References:

1. Kon, I. (2004) Sexology. M.: Publishing Center "Academy" [in Russian]
2. Davies, J. (2014) A phenomenological exploration into the lived experience of childfree women aged 45-55. Other thesis, Middlesex University.
3. Strelnik, O. (2012) '(Non) parenthood as a choice: voluntary childlessness in scientific and social discussions' *Bulletin of the National Technical University "Kyiv Polytechnic Institute". Series "Political Science. Sociology. Right"*. Kyiv: "Polytechnic". P. 41-45 [in Ukrainian]
4. Strelnik, O. (2017) Motherhood as a social practice: structural-activity concept: dis. ... Dr. Sociol. Science: 22.00.04. K.: KNU. T. Shevchenko [in Ukrainian]
5. Antonova, O. (2020) 'Socio-cultural phenomenon of families who consciously do not want to have children as an object of public policy' *Collection of scientific works of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine*. Issue 1. Pp. 65-71 [in Ukrainian]
6. Malyuga, M. (2019) 'Childfree: a new lifestyle and a challenge for Ukrainian society' *Ukrainian pedagogical journal*. Kyiv: Institute of Pedagogy of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine. № 2. Pp.21-28 [in Ukrainian]
7. Veivers, J. (1980) Childless by choice. Oxford: Butterworth-Heinemann.
8. Peacock, M. (1998) Paradise, Piece by Piece. New York: Riverhead Books.
9. Safer, J. (1996) Beyond Motherhood: Choosing a Life Without Children. New York: Pocket Books.
10. Cain, M. (2001) The Childless Revolution. Da Capo Press.
11. Campbell, E. (1983) 'Becoming voluntarily childless: An exploratory study in a Scottish city' *Biodemography and Social Biology*. 30 (3). Pp. 307-317.
12. Gillespie, R. (1999) Choosing Childlessness: Resisting Pronatalism and the Emergence of a Childless Femininity. University of Southampton.
13. Gillespie, R. (2003) 'Childfree and Feminine: Understanding the Gender Identity of Voluntarily Childless Women' *Gender and Society*. 17(1). Pp. 122-136.
14. Bonnici, P. (2010) Who am I if not Mother? Separating Womanhood from Motherhood: A Phenomenological Exploration of the Identity of Childfree Women. Dpsych. Regents College, London.
15. Park, K. (2002) 'Stigma Management among the Voluntarily Childless' *Sociological Perspectives*, 45 (1), Pp. 21-45.
16. Goffman, E. (1963) Stigma: Note on the Management of the Spoiled Identity. N.J., Englewood Cliffs: Prentice Hall.
17. Campbell, A. (1999) Childfree and Sterilized: Women's Decisions and Medical Responses. London: Cassell.
18. Foucault, M. (2004) The history of sexuality. Volume 2. The use of pleasures. SPb.: Academic project [in Russian]

Отримано 22.09.2021