

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ**

**УКРАЇНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО 1992–2010  
СОЦІОЛОГІЧНИЙ МОНІТОРИНГ**



**Київ 2010**

**У45** *Українське суспільство 1992–2010. Соціологічний моніторинг* / За ред. д.ек.н. В.Ворони, д.соц.н. М.Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України, 2010. – 636 с.

*Ukrainian Society 1992–2010. Sociological Monitoring* / Revised by V.Vorona, Doctor of Economy, and M.Shulga, Doctor of Sociology. – K.: Institute of Sociology, NAS of Ukraine, 2010. – 636 p.

**ISBN 978-966-02-5824-2**

Дослідження виконано Інститутом соціології НАН України в рамках бюджетної програми “Прикладні наукові та науково-технічні розробки, виконання робіт за державними цільовими програмами і державним замовленням у сфері розвитку галузей економіки, технічне забезпечення НАН України”. Ґрунтуючись на даних моніторингових опитувань населення України, проведених Інститутом соціології у 1992–2010 роках, автори статей аналізують стан та динаміку перетворень у соціо-структурній, економічній, політичній, культурній та інших сферах життя сучасного українського суспільства, суттєві зміни в умовах життя населення в місті й на селі, соціальне самопочуття, особливості відображення і оцінки соціальних реалій та перебігу суспільних трансформацій у свідомості українців.

У додатку наведено статистичний розподіл емпіричної інформації за 1992–2010 роками опитувань. Останнє опитування проведено у квітні 2010 року.

Для соціологів, політологів, публіцистів, наукових працівників і аспірантів, викладачів і студентів соціогуманітарних вузів.

The research was conducted by the Institute of Sociology, NAS of Ukraine, within the budget programme “Applied scientific and technical research, the governmental programmes commissioned for development of economy and technical provision of the NAS of Ukraine”. Based on the data of monitoring polls conducted by the Institute of Sociology in Ukraine in 1992–2010, the authors analyse the condition and dynamics of changes in the structural, economic, political, cultural and other spheres of life of Ukrainian society, the essential changes in living conditions of the country and urban population, social well-being, reflexion and estimates of social reality and social transformations in the mass consciousness of Ukrainians.

The application presents statistical distribution of empirical data of 1992–2010. The last poll was conducted in April 2010.

Aimed for sociologists, politologists, journalists, lecturers and students of social and humanitarian universities.

**ББК 60.5**

**Рецензенти:**

**Е.Афонін**, доктор соціологічних наук

**О.Донченко**, доктор соціологічних наук

**В.Судаков**, доктор соціологічних наук

*Рекомендовано до друку Вченою радою Інституту соціології НАН України. Протокол №5 від 30 жовтня 2010 р.*

**ISBN 978-966-02-5824-2**

© Інститут соціології НАНУ, 2010

*В.Пилипенко,  
доктор соціологічних наук*

### **ВЗАЄМОВІДНОСИНИ ЛІКАРЯ І ПАЦІЄНТА ЗА РИНКОВИХ РЕАЛІЙ**

Сучасна охорона здоров'я трансформується в нову систему, детерміновану створенням базисної програми медико-соціального страхування. Така система дає змогу за умов формування ринкових відносин особисте здоров'я людини зробити чинником, що визначає комфортність її існування в суспільстві. Нині актуалізується необхідність інтенсивного пошуку прийнятної моделі вітчизняної системи охорони здоров'я, моделі взаємовідносин лікаря і пацієнта за умов становлення ринку медичних послуг.

На сучасному етапі реформування системи охорони здоров'я пошук адекватних методів управління даним сектором є доволі своєчасним, проте це складна проблема. Перед вченими і практиками, які переймаються питаннями управління системою охорони здоров'я, постають складні завдання. З одного боку, теоретично осмислити, прийняти і оцінити якісно нову систему професіональних і економічних взаємовідносин між виробниками медичних послуг (медичними працівниками, лікувально-профілактичними закладами) і споживачами (пацієнтами, клієнтами), зокрема за умов дії системи обов'язкового медичного страхування, з другого – запропонувати науковообґрунтовані методи активного формування таких взаємовідносин, виробити і застосувати на практиці сучасні форми регуляції їх.

Традиційні відносини лікаря і пацієнта в сучасних умовах лібералізації суспільства і становлення ринку медичних послуг набувають специфічної сутності, котру умовно можна назвати маркетинговою. Маркетингові відносини лікаря і пацієнта можуть описуватись порівняно однозначними формалізованими критеріями, і в підсумку презентува-

тись у вигляді певної структури, що відображає закономірність зв'язків цих сутностей – моделі маркетингової системи медичних послуг.

Дослідження свідчать, що традиційні (класичні) відносини лікаря і пацієнта у вітчизняній системі охорони здоров'я останнім часом почали наповнюватись економічними сутностями. Це своєю чергою дає змогу розглядати ці відносини з позицій виробництва і споживання медичних послуг, тобто з позицій своєрідного обміну, притаманного ринковим відносинам. Зміну суті відносин між лікарем і пацієнтом, що відбуваються в системі охорони здоров'я, відзначають 62% пацієнтів і 71% медичних працівників. На запитання *“Чи домінують у сучасних відносинах лікаря і пацієнта (його родичів) економічні розрахунки?”* ствердну відповідь дали 74% пацієнтів і 59% медиків. Більше третини лікарів (37%) не згодні з таким твердженням. Серед пацієнтів незгодних виявилось лише 12%, а 14% останніх не змогли дати однозначної відповіді на це запитання [1, с. 14]. Як пацієнти, так і лікарі підтверджують зміни у своїх взаємовідносинах у бік економічно детермінованих.

Лікар і пацієнт є основними суб'єктами маркетингової системи медичних послуг. Відносини між цими суб'єктами (у рамках ринкових) наділяють кожного з них специфічними ознаками, за якими лікар набуває функції виробника медичних послуг, а пацієнт – споживача останніх. Основною ж сутністю їх маркетингових взаємозв'язків стає не надання і отримання медичної допомоги взагалі, а задоволення цільових потреб. Як свідчать результати опитування “Громадська думка в Україні–2009”, основною потребою є потреба у фізичному здоров'ї (на це вказують 87,2% респондентів).

Центральним же “ядром” взаємовідносин суб'єктів ринку здоров'я (а, відповідно, і центральним ядром усієї маркетингової системи) є взаємодія цільових потреб пацієнта і лікаря. Власне, не надання медичної допомоги взагалі, а цільова потреба пацієнта в медичній послугі й

цільова потреба лікаря надати медичну допомогу є найважливішими складовими механізми функціонування маркетингової системи медичних послуг.

Поле “реалізації” маркетингових взаємовідносин у медицині стають певні сегменти ринку медичних послуг. Об’єктивно в діяльності лікувально-профілактичних закладів відбувається процес класифікації пацієнтів на групи з різними потребами, характеристиками чи поведінкою. Саме ці критерії визначають сегментацію ринку медичних послуг у маркетингових системах. Тобто специфікація медичних технологій і медичних процедур (що задовольняють певний попит пацієнта) об’єктивно й закономірно орієнтована на специфічних потенційних споживачів певного сегмента ринку. А це, своєю чергою, визначає економічну специфічність відносин лікаря і пацієнта.

Регуляція маркетингових взаємовідносин лікаря і пацієнта за умов становлення ринку медичних послуг є реально можливою в рамках формування, з одного боку, суспільно-державного “середовища існування” таких відносин, на основі принципів правової, технологічної і фінансової регуляції. З другого боку, можна говорити про суперечності всередині самої системи охорони здоров’я і зняття загострення цих суперечностей у рамках конкретного елемента системи.

Дослідження маркетингової сутності взаємовідносин лікаря і пацієнта, логічне представлення змісту і структури цих взаємовідносин – суть результативний методологічний підхід з метою вироблення форм і методів впливу на такі взаємовідносини. Відповідно, йдеться про вплив і на систему в цілому, з метою упорядкування відносин у ній і пошуку оптимальних моделей функціонування. Функціонування системи охорони здоров’я як об’єкта управління і специфічні виробничі відносини суб’єктів даної системи (лікаря і пацієнта) на сучасному етапі суспільного розвитку зумовлюються пріоритетно (окрім складної системи соціальних, політичних, соціокультурних законів) законами економічними і технологічними.

Відносини лікаря і пацієнта можуть виражатись у формах специфічної маркетингової сутності. Медична діяльність набуває структурованого (з економічного погляду) характеру і піддається (певною мірою) строго формалізованому опису. При цьому характерно, що дані відносини (які ґрунтуються на високо структурованих економічних сутностях) можуть бути презентовані не лише в описовій формі, а й у вигляді формалізованих характеристик. Логіка взаємовідносин цих сутностей може бути описана певними однозначними параметрами і представлена моделями, які відображають (за формою і суттю) об'єктивні закономірності таких специфічних взаємовідносин.

За такого розуміння управління процесами відносин у лікувальних практиках і в закладах системи охорони здоров'я нагальною стає потреба в широкому застосуванні імітаційних моделей на базі сучасних інформаційних технологій. Тому розуміння сутності імітаційного моделювання є актуальним завданням у теорії і практиці прийняття управлінських рішень як системі охорони здоров'я у цілому, так і в регуляції маркетингових відносин на ринку медичних послуг. І система обов'язкового медичного страхування (яка, по суті, є однією з прикладних форм маркетингових відносин у медицині) сьогодні – реальне практичне середовище, в рамках якого можливе наукове осмислення характерних і специфічних компонентів сучасної медичної діяльності.

Слід зазначити, що ще в середині 1960-х років американські соціологи вперше звернули увагу на появу нових (ринкових) правил гри у взаємодії між лікарем і пацієнтом. Виник інтерес до того, яким чином відбувалась “маркетизація” медицини. Амбівалентність даного процесу до сьогодні не викликає сумнівів. З одного боку, в ринковому контексті взаємовідносини лікаря і пацієнта (які раніше розглядались у рамках соціальної системи, де мотивація лікаря вважалась ціннісно-раціональною, а ґрунтована на медичному знанні експертна влада – безмежною) набували нових рис. Йдеться про матеріальну залежність

лікаря; його орієнтацію на особистий прибуток; активну позицію пацієнта, який оплачує своє лікування і в результаті отримує право вимагати, аби послуги були надані на відповідному рівні. Все це не могло не відбитися на характері взаємовідносин лікаря і пацієнта.

З другого боку, предметом “ринкової обробки” в медицині ставало здоров’я. Останнє починає комерціалізуватися: не просто перетворюється на товар, але культурно і соціально маркується як товар [2, р. 591–610]. Однак здоров’я – товар соціально “навантажений”. Необхідне кожному членові суспільства, воно може раптом стати звичайним ринковим товаром. За даними опитування 2009 року, на здоров’я як цінність найбільш негативно впливає, на думку респондентів, стан довкілля (так вважають 52% опитаних), неправильне харчування (47,8%), психологічна напруженість (41,9%), шкідливі звички (26,6%), умови праці (20,6%), спадковість (так вважають 11,7% респондентів).

Цінність здоров’я є абсолютною. Відповідальність за “підтримку” даної цінності лежить, у тому числі на інституції медицини. Інкорпорована в медичні норми, ця відповідальність може накладати обмеження на маркетингову діяльність лікаря і пацієнта. Якщо ж подивитись на ставлення пацієнтів до свого здоров’я як цінності, то, за даними опитування “Громадська думка в Україні–2009”, 19,5% опитаних вважають, що вони погано піклуються про стан свого здоров’я. Посередньо піклуються про своє здоров’я 57,5% респондентів, добре – 15,1%, не змогли визначитись з даного питання 7,6% опитаних.

При цьому, за даними моніторингу “Українське суспільство–2010”, 46,5% респондентів зазначають, що серед багатьох «дефіцитів» сьогодення (уміння жити в нових суспільних умовах, робота, хороше житло тощо) їм бракує саме здоров’я. А 52,3% опитаних не вистачає необхідної медичної допомоги.

Амбівалентність переходу медицини на ринкові рейки полягає в тісному переплетінні соціальних і ринкових

мотивів у поведінці пацієнта і медичного закладу. Ситуація надання лікарем платних послуг може вважатись ринковою, оскільки здійснюється обмін, опосередкований грошима. Однак через констеляцію ринкових свобод іма-нентно присутніми соціальними характеристиками медичної взаємодії ця ринкова ситуація є специфічною.

Мікроумови ціноутворення включають у себе соціальні обставини, економіко-політичний загальний рівень життя в країні і вплив держави. Передусім саме ці чинники задають нормативну атмосферу, в якій формується соціальна цінність здоров'я і в якій неформальні платежі сприймаються багатьма лікарями як допустиме джерело прибутків. Уявлення медика про соціальну обстановку співвідносяться з категоризацією ним пацієнтів. Ціни, що встановлюються лікарем, дисконтуються за рахунок політико-економічних обставин. Загальний рівень життя у країні може корелювати з "техніками" оцінки платіжної здатності пацієнтів.

Сказане є особливо значущим на фоні того, що, за результатами моніторингу "Українське суспільство-2010", 18,5% опитаних оцінюють стан свого здоров'я як поганий. Лише 17,8% респондентів вважають його добрим. При цьому 40,3% мешканців України мають хронічні захворювання. Характерним є також те, що 36,3% респондентів вважають, що істотним чинником погіршення їхнього здоров'я є наслідки Чорнобильської катастрофи.

Як свідчать результати опитування-2009, у разі захворювання людина найчастіше звертається до лікарні (поліклініки) – таку відповідь надали 42,2% респондентів. Займаються самолікуванням, прислуховуються до порад знайомих, близьких 34,5% опитаних. Послугами народної медицини користуються 13,6% пацієнтів, звертаються до приватних лікарів, центрів – 2,3%. Авторитет церкви, священнослужителів є значущим для 1,2% опитаних. До речі, слід зазначити, що, за даними моніторингу "Українське суспільство-2010", на медичному обліку не перебувають 80,7% громадян України.



На нашу думку, вдосконалення взаємовідносин у вітчизняній системі “лікар–пацієнт” (особливо за умов соціального ринкового господарства) “потребує” врахування сучасного зарубіжного досвіду. Мета у лікаря і хворого в західних країнах, у підсумку, спільна (один хоче вилікувати, другий – вилікуватись). Але досягнення даної мети неможливе без довірливих відносин між ними.

Безумовно, певні моменти у відносинах “лікар–пацієнт” (характерні для західної медицини) мають місце й у медицині вітчизняній. Негативні аспекти лікарської практики певною мірою “нівелюються” у “нашій” медицині за рахунок того, що в нас і сьогодні пацієнт приходить до лікаря як до “рівного” (принаймні, нерідко). І до недавнього часу лікар безплатно навчався і шанси стати ним були у багатьох. Однак не можна не враховувати сучасних “ринкових” реалій, що впливають на ментальність, цінності та традиції вітчизняної медицини, ховатися за традиціями від неминучих змін.

### *Література*

1. Тогунов И.А. Научное обоснование эволюции взаимоотношений врача и пациента в условиях перехода к рынку медицинских услуг : автореф. дис. ... доктора мед. наук / И.А.Тогунов. – М., 2002. – 32 с.
2. Zelizer V. Human Values and The market: the case of life insurance and death in century American / V.Zelizer // The American Journal of Sociology. – 1978. – Vol. 84. – № 3.

## Зміст

<b>В.Ворона</b> Клас, що виробляє матеріальне багатство нації .....	3
--	---

### ***Розділ перший*** **Соціально-політичні та економічні** **тенденції суспільних перетворень**

<b>О.Вишняк</b> Довіра до політичних інститутів: поняття, показники та тенденції змін .....	24
<b>О.Резнік</b> Центральні інститути влади України крізь призму масових настроїв населення .....	40
<b>І.Бекешкіна</b> Політична диференціація і партійно-політична структура українського суспільства .....	48
<b>О.Вишняк</b> Дослідження та прогнозування виборів Президента України 2010 р.: проблеми та методичні висновки .....	61
<b>О.Іващенко</b> Пасивні виборці: нові прояви старих звичок? .....	82

<b>Є.Головаха, Т.Телічко</b>	
Європейський вибір України у дзеркалі громадської думки ..	90
<b>О.Стегній</b>	
Складові національної безпеки України: можливості соціологічного моніторингу .....	102
<b>О.Белєнок</b>	
Соціально-структурні чинники ставлення населення до ідеї приєднання України до союзу Росії й Білорусі .....	112
<b>С.Макеєв</b>	
Соціально-економічна стратифікація в Україні: неадекватні оцінки, хибні пріоритети .....	119
<b>Д.Александров</b>	
Структурні зміни в уявленнях про домінуючі соціальні групи українського суспільства .....	128
<b>В.Матусевич</b>	
Соціально-психологічні прояви соціальної стратифікації у регіональному вимірі .....	136

## **Розділ другий**

### **Українські реалії в соціальних уявленнях населення**

<b>В.Резнік</b>	
Динаміка соціально-економічних ідеологічних уподобань громадян України .....	146
<b>Л.Амджадін</b>	
Сприйняття економічної кризи в Україні: які соціальні групи є найбільш уразливими? .....	155
<b>Т. Петрушина</b>	
Сприйняття економічних інститутів громадянами України за умов глобальної кризи .....	165
<b>К.Грищенко</b>	
Реформи реальні чи віртуальні? .....	176

<b>О.Симончук</b> Особливості сприйняття класового конфлікту представниками різних соціальних груп .....	182
<b>І.Буров</b> Задоволеність життям як соціальний індикатор розвитку держави .....	193
<b>А.Малюк</b> Соціальна якість життя в умовах неоліберальної трансформації .....	198
<b>В.Смакота</b> Регіональна специфіка якості життя населення України ....	208
<b>Г.Чепурко, Ю.Привалов</b> Гідна праця: реалії та перспективи .....	217
<b>Є.Суйменко</b> Рівень задоволеності своєю працею як один із показників якості життя населення України .....	230
<b>С.Стукало</b> Динаміка самоідентифікації соціального становища працівниками кваліфікованої розумової праці .....	238
<b>А.Арсенко, Н.Толстих</b> Безробіття в Україні в умовах глобальної фінансово-економічної кризи .....	244

**Розділ третій**  
**Шляхи та форми осмислення перебігу**  
**суспільних трансформацій**

<b>Н.Костенко</b> Смислова сегментація соціуму .....	254
<b>А.Ручка</b> Смисложиттєві орієнтири статусних угруповань соціуму ...	261
<b>О.Злобіна</b> Динаміка образу суспільства та образу власного життя у масовій свідомості .....	272

<b><i>Т.Загороднюк</i></b>	
Соціально-психологічний стан населення України .....	282
<b><i>А.Зоткін</i></b>	
Орієнтація на внутрішні ресурси як складова потенціалу українського суспільства .....	289
<b><i>Н.Ходорівська</i></b>	
Суспільна свідомість українців: деякі особливості рефлексії .....	297
<b><i>Ю.Саєнко</i></b>	
Моделі життєдіяльності .....	308
<b><i>Н.Соболева</i></b>	
Інтернальність/екстернальність як життєвої стратегії особистості .....	319
<b><i>М.Паращевін</i></b>	
Гедоністичні цінності у свідомості населення України .....	330
<b><i>Л.Скокова</i></b>	
Продуктування смислів у практиках святкування .....	339
<b><i>Р.Шульга</i></b>	
Телебачення як транслятор смислів: формування ціннісного простору .....	349
<b><i>Н.Бойко</i></b>	
Українці в Інтернеті: інтереси та пріоритети використання мережі .....	356
<b><i>О.Гончарук</i></b>	
Інтернет-простір поселенських структур в Україні .....	364

#### ***Розділ четвертий***

#### **Соціокультурне поле суспільної регуляції й саморегуляції: проблеми, чинники, тенденції змін**

<b><i>І.Мартинюк</i></b>	
Ставлення молоді до суспільних проблем і перспектив .....	373

<b><i>Л.Аза</i></b>	
Смислова зумовленість національно-просторової ідентифікації молоді в Україні .....	380
<b><i>К.Іващенко</i></b>	
Соціальні перспективи подовження пенсійного віку в Україні .....	386
<b><i>І.Прибиткова</i></b>	
Український селянин у просторі нерівних можливостей ..	393
<b><i>О.Іваненко</i></b>	
Соціальнобеззахисне українське селянство .....	403
<b><i>В.Тарасенко, М.Сакада</i></b>	
Стратегії реформування системи соціального захисту в Україні .....	411
<b><i>В.Пилипенко</i></b>	
Взаємовідносини лікаря і пацієнта за ринкових реалій .....	424
<b><i>Л.Бевзенко</i></b>	
Релігійність як фактор регуляції соціальної поведінки .....	431
<b><i>О.Козловський</i></b>	
Рівень релігійності та конфесійна структура областей України (соціологічний вимір) .....	441
<b><i>М.Шульга</i></b>	
Динаміка використання української і російської мов у сімейному спілкуванні .....	449
<b><i>Ю.Саєнко, Н.Ходорівська</i></b>	
Атомна енергетика України: ставлення українського загалу .....	459
<b><i>М.Шульга</i></b>	
Чи по-новому править нова влада? (Замість післямови) ...	467
<b>Додаток</b>	
Результати національних моніторингових опитувань 1992–2010 років .....	481

# Contents

<i>V.Vorona</i> Class that produces material richness of the nation .....	3
--	---

## *Chapter One* **Social, Political and Economic Tendencies of Social Changes**

<i>O.Vyshniak</i> Trust in political institutions: notions, indexes and transformation tendencies .....	24
---	----

<i>O.Reznik</i> Central power institutes of Ukraine through the mass moods of people .....	40
--	----

<i>I.Bekeshkina</i> Political differentiation and the party-political structure of Ukrainian society .....	48
--	----

<i>O.Vyshniak</i> Research and prognoses on the presidential election of 2010 in Ukraine: aspects and methodological conclusions ....	61
---	----

<i>O.Ivaschenko</i> Passive electors: new manifestation of old habits? .....	82
---	----

<b><i>Ye.Golovakha, T.Telichko</i></b>	
European choice of Ukraine reflected in the public opinion....	90
<b><i>O.Stegniy</i></b>	
Components of the national safety of Ukraine: possibilities of sociological monitoring .....	102
<b><i>O.Belenok</i></b>	
Social and structural factors of people's attitudes to the idea of Ukrainian joining the union of Russia and Belarus.....	112
<b><i>S.Makeev</i></b>	
Social and economic stratification in Ukraine: inadequate estimations and false priorities .....	119
<b><i>D.Aleksandrov</i></b>	
Structural changes in ideas about dominating social groups in Ukrainian society .....	128
<b><i>V.Matusevych</i></b>	
Social and psychological manifestation of social stratification in the regional dimension.....	136

***Chapter two***  
**Ukrainian reality in social ideas of people**

<b><i>V.Reznik</i></b>	
Dynamics in social and economic preferences of Ukrainian citizens .....	146
<b><i>L.Amdjadin</i></b>	
Perception of economic crisis in Ukraine: which social groups suffer more? .....	155
<b><i>T.Petrushyna</i></b>	
How Ukrainian people perceive economic institutes under the global crisis .....	176
<b><i>K.Gryschenko</i></b>	
Are reforms real or virtual? .....	176



<b><i>O.Symonchuk</i></b>	
Perception of the class conflict by representatives of various social groups .....	182
<b><i>I.Burov</i></b>	
Happiness with life as a social indicator of the state development .....	193
<b><i>A.Maliuk</i></b>	
Social quality of life under neo-liberal transformation .....	198
<b><i>V.Smakota</i></b>	
Regional specific features of the life quality of Ukrainians ....	208
<b><i>G.Chepurko, Yu.Privalov</i></b>	
Decent work: reality and prospects .....	217
<b><i>Ye.Suimenko</i></b>	
Level of satisfaction with own work as an indicator of the life quality of Ukrainians .....	230
<b><i>S.Stukalo</i></b>	
Dynamics in self-identification of social position by workers of qualified intellectual labour .....	238
<b><i>A.Arseenko, N.Tolstykh</i></b>	
Unemployment in Ukraine under the global financial and economic crisis .....	244

***Chapter three***  
**Ways and Kinds**  
**of Social Transformations Comprehension**

<b><i>N.Kostenko</i></b>	
Sense segmentation of society .....	254
<b><i>A.Ruchka</i></b>	
Life sense orientation of the status groups in society .....	261
<b><i>O.Zlobina</i></b>	
Dynamics in images of society and own lives in the mass consciousness .....	272

<b><i>T.Zagorodniuk</i></b>	
Social and psychological condition of Ukrainian people .....	282
<b><i>A.Zotkin</i></b>	
Orientation to the inner resources as a component of the Ukrainian society potential .....	289
<b><i>N.Khodorivska</i></b>	
Social consciousness of Ukrainians: features of reflexion ....	297
<b><i>Yu.Saenko</i></b>	
Models of life .....	308
<b><i>N.Soboleva</i></b>	
Internal and external character as a factor of personal life strategy .....	319
<b><i>M.Paraschevin</i></b>	
Hedonic values in the consciousness of Ukrainians .....	330
<b><i>L.Skokova</i></b>	
Production of senses in festivity practices .....	339
<b><i>R.Shulga</i></b>	
Television as a sense translator: formation of the value space .....	349
<b><i>N.Boiko</i></b>	
Ukrainians in the internet: interests and priorities of the net use .....	356
<b><i>O.Goncharuk</i></b>	
Internet space of the settlement structures in Ukraine .....	364

#### ***Chapter four***

#### **Social and Cultural Field of Social Regulation and Self-Regulation: Aspects, Factors and Tendencies in Changes**

<b><i>I.Martyniuk</i></b>	
Attitudes of the youth to social issues and prospects .....	373

<b><i>L.Aza</i></b> Sense substantiation of national and space identification of Ukrainian youth .....	380
<b><i>K.Ivaschenko</i></b> On those who are “over”: social perspectives of pension age increase in Ukraine .....	386
<b><i>I.Prybytkova</i></b> Ukrainian peasants in the space of unequal possibilities .....	393
<b><i>O.Ivanenko</i></b> Socially unprotected Ukrainian peasants .....	403
<b><i>V.Tarasenko, M.Sakada</i></b> Reform strategies for the system of social protection in Ukraine .....	411
<b><i>V.Pylypenko</i></b> Doctor-patient inter-relations under the market reality .....	424
<b><i>L.Bevzenko</i></b> Religious belief as a factor for regulation of social behaviour ..	431
<b><i>O.Kozlovskyy</i></b> Level of religious belief and the confession structure of Ukrainian oblasts (sociological dimension) .....	441
<b><i>M.Shulga</i></b> Dynamics in Ukrainian and Russian language use in the family communication .....	449
<b><i>Yu.Saenko, N.Khodorivska</i></b> Nuclear Power in Ukraine: attitudes of Ukrainians .....	459
<b><i>M.Shulga</i></b> Does the new power rule in a new way? (Instead of an afterword) .....	467
<b>Application</b> Results of the National Monitoring, 1992–2010 .....	481

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ

*Наукове видання*

**УКРАЇНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО 1992–2010**  
**Соціологічний моніторинг**  
*(українською мовою)*

*За редакцією*

доктора економічних наук **В.Ворони**,  
доктора соціологічних наук **М.Шульги**

Відповідальний редактор *Н.Соболева*,  
*І.Мартинюк*  
Відповідальна за випуск *Т.Загороднюк*  
Редактор *О.Кузьміна*  
Комп'ютерна верстка *І.Данилюк*,  
*О.Соколова*

---

Підписано до друку 8.12.2010 р. Формат 60x84/16. Папір офс. № 1.  
Друк офсетний. Ум.др.арк. 40. Замов. № . Наклад 300.

---

Видруковано з оригінал-макету, виготовленого в комп'ютерному комплексі  
Інституту соціології НАН України. 01021, Київ-21, вул. Шовковична, 12

Надруковано ТОВ "Фоліант"  
04176, Київ-76, вул. Електриків, 26.  
Свідоцтво Держкомінформу України (серія ДК № 149 від 16.08.2000 р.)