



Міжнародна економіка

Антъє КЪОНІГ,
Олександр МАРТИНОВ

**ГЛОБАЛЬНА ФІНАНСОВА КРИЗА:
ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВИМІР**

Резюме

Розглянуто індивідуальні психологічні реакції на глобальну фінансову кризу. На основі якісних (квалітивних) інтерв'ю автори досліджують реакції на кризу представників соціальної, економічної та політичної сфер, а також їх ставлення до кризи. Головним висновком авторів є те, що існують дві основні емоції, пов'язані зі світовою кризою, – це недовіра та занепокоєння. Однак цим емоціям у меншій мірі піддаються ті, хто працює не за наймом, представники творчих професій, а також керівні кадри, порівняно з найманими працівниками загалом.

Ключові слова

Світова фінансова криза, занепокоєння, психологічна реакція, довіра.

Класифікація за JEL: G10.

© Антъє Къоніг, Олександр Мартинов, 2011.

Къоніг Антъє, магістр, докторант Університету Палацкого, Оломоуц, Чехія.

Мартинов Олександр, магістр, докторант Університету Палацкого, Оломоуц, Чехія.

Вступ

Фінансова криза, зумовлена обвалом житлового ринку в США у 2007 році, не лише похитнула глобальну економіку, а й серйозно позначилась на професійному житті людей. Індивідуальні психологічні аспекти кризи дотепер залишаються малодослідженими. Однією з головних причин вбачається те, що від початку кризи в центрі уваги ЗМІ опинилися фінансові порушення та дії урядів і приватних компаній, що призвели до фінансового колапсу.

З цієї причини нам дуже мало відомо про психологічні наслідки кризи на мікрорівні, а саме про те, як люди трактують кризу, її причини, хід і наслідки, яким чином вона безпосередньо зачепила громадян (фінансово, особисто, з точки зору світогляду, і чого вони очікують у майбутньому). Однак, зважаючи на стабілізуючий рівень безробіття і початок повільного економічного зростання, яке очікує бізнес-спільнота та ЗМІ, залишається невідомим, чи поділяють люди оптимістичні очікування, а чи між громадянами та економічними й медійними експертами існує значний розрив.

У той час, як більшість економістів заявляє про закінчення кризи та повернення до моделі «традиційного бізнесу», деякі експерти вважають, що економічний колапс, подібний до того, що мав місце у 2008–2010 роках, може призвести до «пікової кризи»¹. Щоб з'ясувати, що люди думають з цього приводу, у 2010 році було проведено дослідження, у рамках якого було опитано представників бізнес-спільноти, політиків та чиновників. Результати цього дослідження лягли в основу даної статті.

Основна мета дослідження – з'ясувати, як криза вплинула на конкретних людей, та виявити зв'язок між тим, як люди осмислюють та переймаються кризою. Таким чином, вибір предмету та мети дослідження не передбачає детального аналізу фінансових, історичних чи політичних аспектів кризи. За допомогою низки квалітативних (якісних) інтерв'ю ми намагатимемося з'ясувати фундаментальне значення кризи для окремих індивідумів.

¹ Поняття пікової кризи можна сформулювати як певний етап кризи, коли перед людством відкривається так зване «вікно можливостей». У цей момент зроблений вибір може призвести або до різкого погіршення ситуації (катастрофічний сценарій), або ж до фундаментальної трансформації основ сучасного суспільства, спираючись на принципи стійкого розвитку (оптимістичний сценарій). Див. Assenza, Gaudenz/Martynau, Aliaksandr, *The financial crisis: A brief history of the future*, *Wirtschaft in der Zeitenwende. Zur Vision einer Maßwirtschaft der Lebensfülle und Schritte zu ihrer Verwirklichung. Ideen und Impulse für eine integrale Ökonomie der Zukunft*, published by Fein, Eike (Documentation of IFIS conference on 18th and 19th of September 2009, Institut für integrative Studien, Berlin).

Методологія дослідження

Питання дослідження і гіпотеза

Вибір для дослідження аспекту психологічних наслідків фінансової кризи за допомогою певної кількості інтерв'ю методом віч-на-віч на основі відкритої анкети визначив квалітативний характер нашого аналізу. У зв'язку з очікуваним великим обсягом інформації, ми сформулювали головне питання дослідження, яке звучить таким чином:

Яким є психологічний вплив світової фінансової кризи на рівні індивідуумів через три роки після початку кризи?

Щоб дати відповідь на головне запитання дослідження, ми зупинились на переліку певних критеріїв, вміщених в опитувальнику з метою додаткового висвітлення конкретних спрямувань дослідження. Саме ці запитання і будуть основою нашого дослідження. Їх аналіз дасть нам змогу відповісти на сформульоване вище головне запитання дослідження. Шість додаткових запитань наведено нижче:

Чи почуваються люди впевнено щодо постійного місця роботи?

Яким чином фінансова криза зачепила опитуваних (чи зачепила взагалі)?

Чи змінився рівень їх довіри до державних інститутів і якщо так, то яким чином?

Чи почуваються респонденти більш уразливими внаслідок кризи?

Чи зумовила криза зміну поглядів опитуваних щодо чинної фінансової системи?

Чи користується ЄС довірою опитуваних?

Головна гіпотеза, що спирається на додаткові питання, відображає диференціацію респондентів. Для аналізу їх ставлення до різноманітних аспектів кризи респонденти були поділені на найманих працівників (employees) і тих, хто працює не за наймом (self-employed). Завдяки такому поділу дослідження набуває порівняльного характеру. Впровадження цієї диференціації дає змогу проаналізувати якісні інтерв'ю без втрати контексту.

Що стосується основного питання дослідження і диференціації респондентів, то головну гіпотезу було сформульовано в такий спосіб:

Ті, хто працює не за наймом, відчувають менше занепокоєння з приводу фінансової кризи, ніж наймані робітники.

Для поглибленого вивчення питання дослідження було сформульовано дві гіпотези:

1. Занепокоєння є домінуючою емоцією стосовно фінансової кризи.
2. Фінансова криза зміцнила довіру громадян до Європейського Союзу.

Критерії квалітативного дослідження

Квалітативні методи мають низку переваг для досліджень, що містять психологічні аспекти. Їх визначальні особливості коротко сформулював німецький дослідник Філіп Майринк:

1. Вимога жорсткої прив'язки до предмету дослідження.
2. Акцентування на інтерпретації.
3. Опитування респондентів у звичному для них середовищі.
4. Узагальнення результатів².

У квалітативних дослідженнях роль дослідника зводиться до одержання та інтерпретації думок респондентів. Індуктивний характер цього процесу надає квалітативному підходу додаткові переваги. На відміну від квантитативних (кількісних) досліджень, квалітативні роботи характеризуються відкритістю, комунікативністю та більш широкою можливістю їх інтерпретації.

Загальні зауваження до опитувальника:

Для реалізації нашого дослідження було обрано метод проблемно-центричного інтерв'ю, а саме розмови віч-на-віч між дослідником та респондентом за допомогою підготовленого заздалегідь опитувальника. Діалогічний характер є особливістю інтерв'ю такого типу.

Респондентів добирали не на підставі їх належності до конкретної групи чи певного виду діяльності, а за зацікавленістю темою фінансової кризи і відповідно до принципу балансу між найманими та ненайманими працівниками (по сім представників кожної групи).

² Див. Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung: Eine Anleitung zu qualitativem Denken, Beltz Verlag, Weinheim and Basel, p. 19.

Методи дослідження

Відкрите інтерв'ю було структуровано на підставі чотирьох тематичних кластерів:

1. *Вступ*: перед кожним інтерв'ю був короткий вступ.

2. *Раціональна й емоційна реакція на кризу – макро-перспектива*: Дані цього кластера стосуються сприйняття групової поведінки, з особливим акцентом на проблематику ЄС і монетарної політики Союзу після грецької кризи. Основна мета – зрозуміти, чи довіряють респонденти Європейському Союзу як інституту.

3. *Раціональна та емоційна реакція на кризу – мікро-перспектива*: Третій кластер складається з питань, які стосуються думок респондентів та їх реакції на кризу, зокрема банкрутства підприємств та побоювання щодо втрати роботи. Додаткова мета – з'ясувати, що спонукає людей долати фінансові труднощі і яку роль відіграють у їх житті гроші.

4. *Емоційна реакція на кризу – особистісний вимір*: Основну частину дослідження займає аналіз кризи з індивідуальної перспективи. Тут буде досліджено власні реакції людей на кризу, зокрема роль таких емоцій, як довіра і страх.

У заключній частині інтерв'ю дослідник ставив низку запитань, що стосуються особи респондента, наприклад, вік, рід занять, освіта, місячний дохід та сімейний статус. Цю інформацію було оброблено в процесі оцінки та інтерпретації інтерв'ю.

Квалітативний контент-аналіз

Для обробки масиву різноманітної інформації, отриманої під час інтерв'ю, було обрано метод якісного аналізу їх змісту (квалітативний контент-аналіз, qualitative content analysis; далі – QCA). Метод QCA дає змогу проаналізувати як усне мовлення, так і письмові тексти, а також невербальну інформацію. Основні характеристики цього методу були узагальнені німецьким дослідником Філіпом Майринком, висновки якого будуть служити методологічною основою нашого дослідження. Суть даного методу полягає у класифікації отриманих під час інтерв'ю даних та їх наступній категоризації, що відрізняє QCA від інших квалітативних методів, які ґрунтуються на дробленні, кодуванні та наступному підрахунку різноманітних одиниць тексту. Таким чином, центральне місце в моделі QCA посідає теоретичний розвиток категорій, у яких будуть відображені основні характеристики аналізованого матеріалу.

Використання QCA дає змогу досліднику звести великий обсяг даних до низки структурованих сегментів та звести зміст інтерв'ю до кількох загальних тем. Контент-аналіз дає нам змогу створити схеми світогляду, цінностей, поглядів, думок і порівняти їх³.

У процесі контент-аналізу можна виділити чотири стадії⁴:

1.) *Сумаризований контент-аналіз*. Його мета – зменшити масив даних за допомогою виділення основних тематичних блоків.

2.) *Індуктивна категоризація*. Дані інтерв'ю групуються за допомогою категорій, що ґрунтуються на текстовому матеріалі.

3.) *Тлумачення результатів контент-аналізу*. Використання додаткових матеріалів та знань інтерв'юєра допомагає комплексно проаналізувати зібрані дані.

4.) *Структурування результатів контент-аналізу*. Текстовий матеріал досліджується на основі специфічних критеріїв з особливим акцентуванням на конкретні аспекти, що цікавлять дослідника.

Завданням першого етапу контент-аналізу є визначення початкового матеріалу. У нашому випадку об'єктом емпіричного дослідження є чотирнадцять інтерв'ю із сімома найманими працівниками та сімома працівниками, що працюють не за наймом. Деякі інтерв'ю проводились німецькою мовою і пізніше були перекладені на англійську. Уривки та цитати з інтерв'ю, здійснених англійською мовою, подаються в оригінальній формі, без жодних змін змісту чи форми. Усі інтерв'ю схематизовані за допомогою простого коду, щоб зберегти анонімність респондентів. Усі працівники не за наймом позначені символом «I», а наймані працівники – символом «E». Відповідно до кількості респондентів, у кожній групі є сім номерів. Так, наприклад, I2 означає працівника не за наймом, респондента під номером два.

Ключовою частиною дослідження типу QCA є система категорій, що структурує емпіричні результати. Категорії були згодом зібрані у кластери дослідницьких вимірів, які, у свою чергу, ґрунтуються на трьох основних комплексках питань в опитувальнику. Трьома дослідницькими вимірами є групові відносини, реакції та думки з приводу кризи та особисте ставлення до неї.

³ Див. Marvasti (2004), с. 90.

⁴ Див. Mayring (2007), с. 472.

Таблиця 1

Структура дослідження QCA

Тематичні комплекси	Раціональна та емоційна реакція на кризу – макроперспектива	Раціональна та емоційна реакція на кризу – мікроперспектива	Емоційна реакція на кризу – індивідуальна перспектива
Вимір	Групові відносини	Реакції та думки	Особисте ставлення
Категорії	<ul style="list-style-type: none"> • Довіра до суспільства 	<ul style="list-style-type: none"> • Задоволення роботою • Роль грошей 	<ul style="list-style-type: none"> • Впевненість у собі • Занепокоєння

**Аналіз даних:
оцінка та інтерпретація**

Пояснення категорій

Для оцінки результатів для кожної категорії було прийнято трьохрівневу систему. Наприклад, довіра до суспільства позначена як *висока, середня та низька*, у той час як задоволення роботою визначено такою градацією: *цілком задоволені, задоволені та незадоволені*.

Вимір групових відносин

Наша третя гіпотеза зумовлює зростання проєвропейських настроїв внаслідок кризи. Цей вимір покликаний пояснити ставлення респондентів до Європейського Союзу як інституту до і після кризи.

Категорія: Довіра до суспільства

У рамках цієї категорії проаналізовано взаємозв'язок між індивідуальним сприйняттям кризи та груповими відносинами.

У процесі оцінки інтерв'ю було виявлено два типи відносин. З одного боку, довіра значною мірою пов'язана з надією на майбутнє: «Я завжди спо-

дівався, що буде краще [...], і я розраховую на мудрість політиків»⁵. З іншого, довіра до ЄС виявилась вищою, ніж довіра до чинної економічної системи, при тому, що останнє значною мірою залежить від думки експертів. Декілька опитаних заявили, що власні знання економіки є важливими, проте для оцінки економічних подій вони переважно розраховують на оцінку професіоналів: «Я не дуже добре розуміюся на цьому. Вважаю, що необхідною є експертна думка щодо того, що буде найкраще для економіки»⁶.

Більшість опитаних виявили високий ступінь довіри до суспільств, зокрема суспільств окремих європейських держав та Європейського Союзу загалом. Проте, думки респондентів про ситуацію у Греції розійшлись. Шестеро з них заявили, що не здивовані тим, що грецька економіка опинилась у глибокій кризі, четверо висловили своє здивування, ще четверо висловили незадоволення тим, як розвивалась грецька криза, а один респондент висловив занепокоєння з цього приводу: «Я хвилювався, тому що відчував, що грецький уряд поведився безвідповідально»⁷. Більшість респондентів⁸ вважають, що реакція ЄС на грецьку кризу була виправданою: «Узгоджені дії можуть запобігти ефекту доміно»⁹. Хоча більшість опитаних бачать у ЄС спільноту взаємодопомоги, половина респондентів побоюється за правильність грошово-кредитної політики країн – членів ЄС та їхню стабільність. Підтримка [Греції] виправдана. Однак я вважаю, що у випадку значних відмінностей між національними економіками в ЄС необхідно переглянути механізми функціонування загального ринку»¹⁰. Щодо Греції, то четверо респонденти згадали про негативні наслідки фінансової політики Європейського Союзу. «Деякі з них можуть мати (хйбне) відчуття безпеки, тому що інші члени Союзу будуть їх підтримувати»¹¹. Дослідження виявило, що більшість опитаних загалом дотримуються єврооптимістичних настроїв, але виступають проти того, щоб інші держави – члени ЄС наслідували Грецію.

Більшість опитаних виступає проти втручання держави в економіку. Проте, десятеро з чотирнадцяти респондентів вважають, що в період кризи роль держави повинна зростати: «Я проти державного втручання, однак у даному випадку це буде правильною дією. Таким чином, буде попереджено ще більш глибокий економічний спад»¹². Протилежна точка зору, якої переважно дотримуються ті, хто працює не за наймом, може бути проілюстрована

⁵ Респондент Е4.

⁶ Респондент І1.

⁷ Респондент Е6.

⁸ Вісім респондентів заявили про високий ступінь довіри, шість – про середній та один – про низький.

⁹ Респондент І2.

¹⁰ Респондент Е6.

¹¹ Респондент Е1.

¹² Респондент Е1.

таким висловлюванням: «Інколи краще дати економічній системі відновитися шляхом скорочення та наступного зростання»¹³.

Крім з'ясування рівня довіри респондентів до суспільства, дослідження мало на меті дізнатися, чи вплинула криза на сферу щоденних людських відносин. Незважаючи на припущення, що криза об'єднує людей, одинадцятьох респондентів висловили думку, що рівень егоїзму в суспільстві залишився попереднім чи навіть зріс. «Це одна з основних людських реакцій: криза для себе – в теорії, її реальні наслідки – для інших»¹⁴, «безумовно, егоїстів стало більше»¹⁵. Тільки троє дали відповідь, що відповідає нашій гіпотезі: «В умовах кризи необхідно триматися разом»¹⁶. Однак усі респонденти підтвердили, що особисті відносини набувають більш важливого значення в умовах кризи.

Слід зазначити, що більше половини респондентів підкреслили значущість сім'ї: «Упродовж кризи стає ще важливішим мати прихисток, і, звичайно ж, роль сім'ї зростає»¹⁷. З восьми респондентів, що поділяють цю думку, п'ятеро мають сім'ї, троє неодружені.

Вимір відносин та поглядів

Другий вимір охоплює мікро-перспективу проведених інтерв'ю. Дві категорії покликані проілюструвати сприйняття чи несприйняття поточної кар'єрної ситуації респондентів і ролі, яку відіграють у їхньому житті гроші. Ми також поставили за мету з'ясувати, чи вплинула фінансова криза на сприйняття грошей і їх роль у житті людей.

Категорія: Задоволення роботою

Метою впровадження цієї категорії було з'ясувати, чи мала криза вплив на задоволення, яке респонденти отримують від своєї роботи.

Рівень задоволення поточною роботою виявився чинником, що поділяє тих, хто працює не за наймом, та найманих працівників. Усі семеро, що працюють не за наймом, зазначили, що вони або абсолютно впевнені (п'ятеро), або ж задоволені (двоє) своєю роботою. Що стосується найманих працівників, то четверо заявили про свою абсолютну задоволеність, двоє були задоволені й один респондент зізнався, що не задоволений своєю роботою. Однак ніхто з опитуваних не планував змінювати місце роботи.

¹³ Респондент Е5.

¹⁴ Респондент І4.

¹⁵ Респондент І7.

¹⁶ Респондент Е6.

¹⁷ Респондент Е2.

Слід зазначити, що пріоритетом ненайманих працівників є можливість незалежно приймати рішення і самостійно ставити перед собою мету («У принципі, мені подобається моя робота. Це був мій вибір»¹⁸; «Я хочу внести свій маленький вклад у прогрес людства»¹⁹), у той час як четверо респондентів (переважно ті, що мають сім'ї) вказали на високі часові вимоги щодо роботи: «Я б хотів у майбутньому зменшити час, який я приділяю роботі, на користь сім'ї»²⁰.

Крім цього, ті, хто працює за наймом, зазначали важливе значення роботи в колективі і роль оточення в задоволенні своєю роботою. Незважаючи на те, що більшість зазначає високий ступінь задоволення роботою, трьом із семи респондентів був необхідний час, щоб відповісти на це запитання, і відповіді звучали невпевнено.

У рамках групи запитань, що стосуються задоволення роботою і ролі грошей, усіх респондентів запитали про їх ставлення до популярного життєвого кредо «Працюй швидше. Заробляй більше. Купуй частіше», яке безпосередньо пов'язане зі стресом, успіхом, трудоголізмом та гедонізмом. Усі чотирнадцять респондентів висловились щодо даного кредо критично, однак сприймають його як частину життя в капіталістичному суспільстві: «Це морально негідно, проте прийнятно з економічної точки зору»²¹.

Категорія: Роль грошей

Впровадження даної категорії пояснюється значними грошовими втратами впродовж економічної кризи. У частині дослідження, що стосується думок і реакцій людей, ця категорія відображає зміни (якщо такі були) в ролі грошей у житті респондентів.

На подив авторів, думки обох груп з цього питання співпали. По три представники від кожної групи зазначили, що гроші відіграють дуже важливу роль у їхньому житті; по одній людині сказало, що роль грошей можна охарактеризувати як середню; представники, що залишились у кожній групі, заявили про те, що гроші не мають для них значення.

Роль грошей проглядається на двох рівнях. По-перше, на індивідуальному рівні: «Я хочу купувати речі і не думати про те, скільки вони коштують»²². По-друге, на рівні сім'ї: «Гроші важливі, тому що за їх допомогою я можу втілити мрії моєї сім'ї. Можливо, це не найголовніше в житті, однак

¹⁸ Респондент І2.

¹⁹ Респондент І4.

²⁰ Респондент І2.

²¹ Респондент Е2.

²² Респондент Е4.

гроші відіграють величезну роль»²³. Таким чином, гроші переважно вважають інструментом задоволення базових матеріальних потреб, а не самоціллю чи засобом досягнення задоволення від життя.

Вимір особистих відносин

У цьому ключовому вимірі, який має безпосередній стосунок до головного питання дослідження і головної гіпотези, було виділено дві категорії: впевненість у собі та занепокоєння. Характерною рисою категорій, пов'язаних із персональним виміром, є необхідність домогтися довіри респондентів, оскільки чесні та вичерпні відповіді на запитання про почуття можливі лише в обстановці повної довіри та поваги, створеної між дослідником і респондентом.

Категорія: Впевненість у собі

Упродовж кризи багато людей вирішують чи просто змушені внести корективи до своєї кар'єри. Ми можемо виділити два типи підходів до даного процесу: людина або почувається достатньо впевненою, щоб розпочати щось нове, або відчуває занепокоєння через необхідність залишити сферу своєї діяльності. Наше припущення полягає в тому, що представники творчих професій чи ті, хто працює не за наймом, будуть більш налаштовані вважати, що нові ідеї мають шанс на успіх упродовж кризи. Категорія впевненості в собі допоможе нам дати відповідь на запитання, чи вірять респонденти, що їхні власні можливості зможуть допогти їм упоратися з кризою.

Аналіз QCA для цієї категорії розкриває першу відмінність у рамках даного виміру. П'ятеро з тих, хто не працює за наймом, і троє найманих працівників²⁴ проявили високий ступінь впевненості в собі. Це означає, що лише половина респондентів може уявити собі втілення в життя нової ідеї після економічного колапсу чи стверджує високий ступінь віри у власні сили для того, щоб розпочати щось абсолютно нове: «Я вважаю, що загнана в кут людина набуває високої мотивації»²⁵; «Зараз сприятливий час, але для того, щоб втілити в життя ідею, потрібна мужність»²⁶. Необхідно також зазначити, що двоє працівників за наймом підкреслили, що можливість самостійно створити собі роботу їх не цікавить чи означає надто великий ризик: «Я побоююсь зробити це, незважаючи на те, що мені подобається сама ідея»²⁷.

²³ Респондент E2.

²⁴ Один з них є представником творчої професії.

²⁵ Респондент I1.

²⁶ Респондент E5.

²⁷ Респондент E3.

Незважаючи на те, що не кожен готовий втілити свою мрію чи втілити в життя нову ідею після важкої фінансової кризи, усі чотирнадцять респондентів погодились, що хороші ідеї завжди буде супроводжувати успіх. Дослідження показало чіткий поділ респондентів на дві групи: оптимістів і скептиків. Перша група з ентузіазмом ставиться до нових можливостей і втілює в життя свіжі ідеї: «Криза повинна просвітити людей ... Нам потрібно знайти нові орієнтири. Це ... важливе завдання»²⁸, «можлива навіть поява нових сфер зайнятості. Винахідливість зможе привести до прориву на ринку праці»²⁹. Скептики залишають цю можливість іншим: «Можливо, це вихід для тих, хто на собі відчув вплив кризи, але я думаю, що самому щось у житті змінити важко»³⁰. Ми дійшли висновку, що рішення підійти до фінансової кризи як до нової точки відліку залежить від соціального та сімейного статусу, а також від індивідуальних рис людини. Серед іншого, сімейне положення відіграє особливу роль: «Неодружені можуть дозволити собі більше ризикувати»³¹.

Категорія: Занепокоєння

Категорія занепокоєння виявилася найбільш цінним джерелом інформації для нашого дослідження. Однак ця категорія є найбільш складною, тому що ми впровадили диференціацію між тим, що респонденти відчували в 2008 році, коли фінансова криза прийшла в Європу, і ставленням до неї через два роки після цього.

У відповідь на запитання про почуття та думки з приводу кризи двоє з тих, що працюють за наймом, сказали, що були готові до кризи, тому що знання економічних процесів є необхідним у їх роботі³². Троє зізнались, що були занепокоєні: «Я був дуже наляканий [...] у Чехії про це багато не говорилося, [люди] усвідомили, що в них немає грошей і перестали споживати. Я побоювався, що ніхто не буде приходити в мій магазин»³³. Інші заявили, що залишались спокійними і чекали того, що відбудеться³⁴.

Чотири із семи найманих працівників сказали, що відчували занепокоєння, а також злість і розчарування. Деякі ставили запитання, наприклад: «Чому, якщо ніби всі про це знали, нічого не було зроблено для попередження кризи?» Інші турбувалися через можливість втратити чи не знайти роботу: «Я був наляканий, адже щойно закінчив навчання і не був упевнений,

²⁸ Респондент І4.

²⁹ Респондент Е5.

³⁰ Респондент Е1.

³¹ Респондент І1.

³² Респонденти І2 і І4.

³³ Респондент І5.

³⁴ Респондент І1 і І6.

що матиму шанс знайти роботу»³⁵. Двоє респондентів не турбувалися через характер здійснюваних ними робіт: один працює в агенції з працевлаштування, інший – представник творчої професії³⁶. Тільки один працівник за наймом зазначив: «Моею першою думкою було те, що в усьому винні ми самі! Усі знали, що щось подібне рано чи пізно станеться!»³⁷. Тому можна вважати, що криза не заскочила його зненацька.

Іншим важливим аспектом є те, як респонденти бачать ситуацію в ретроспективі: «У цей час ми мали менше замовлень, і [коли] ви починаєте жити з кінця одного місяця до кінця наступного, усе стає невиразним. І це не ваша провина! Це все не через те, що ви погано робите свою роботу, а через зовнішні фактори, які від вас не залежать». Таким чином, страх викликає не лише перспектива втратити роботу. Його підганяє екзистенційне занепокоєння. Занепокоєння зростає разом із почуттям відповідальності, що загострюється, наприклад, щодо своєї сім'ї.

На тему наслідків фінансової кризи респондентам було поставлено запитання, чи бояться вони банкрутства світової економіки. Одна з отриманих відповідей була доволі різкою: «А хто не боїться повторення Чорної Неділі?»³⁸. Проте, тільки троє відчувають занепокоєння з цього приводу. «До цього ще дуже далеко»³⁹, – це твердження одного з респондентів можна назвати універсальним. Таким чином, п'ятеро ненайманих працівників і шестеро з тих, хто працює за наймом, можна віднести до групи тих, хто в тій чи іншій мірі, відчував занепокоєння. Коли їх запитували, чому вони турбувалися, респонденти відповідали: «Через глобальний характер кризи»⁴⁰ чи: «Якщо починаєш [про це] думати, то мимоволі починаєш нервувати»⁴¹. Деякі відповіді були прямолінійні: «Я про це не замислююся»⁴². Така реакція може бути витлумачена як результат дії захисного психологічного механізму.

Двоє респондентів навіть стверджували, що в майбутньому можуть статися й гірші події: «Можливим є не лише економічний колапс, а й громадянські війни чи встановлення радикальних режимів. Мені здається, на це варто зважати»⁴³.

Однак два роки по тому почуття щодо кризи змінилися. Тільки двоє з тих, хто працює не за наймом, і жоден найманий працівник більше не відчувають занепокоєння. Одним з наявних дотепер приводів для занепокоєння є

³⁵ Респондент Е3.

³⁶ Респондент Е5 і Е7.

³⁷ Респондент Е1.

³⁸ Респондент Е2.

³⁹ Респондент Е5.

⁴⁰ Респондент Е1.

⁴¹ Респондент Е7.

⁴² Респондент Е4.

⁴³ Респондент Е2.

те, що «[так, я дотепер занепокоєний, тому що] нічого не змінилось»⁴⁴. Це відображає думку, що криза не спричинила змін у фінансовому секторі.

П'ятеро найманих працівників сказали, що відчувають занепокоєння. Як пояснення цього може бути використано відповіді деяких з них. Вони стверджували, що криза не зачепила безпосередньої більшості населення – наприклад, не викликала масове безробіття. До того ж, на їхню думку, система соціального захисту дала людям почуття впевненості та безпеки⁴⁵.

Порівняно з 2008 роком, почуття безпеки послабилось, про що однозначно свідчать відповіді респондентів. Переважно, як зазначив один з респондентів, люди не відчувають наслідків кризи на собі: «За 22 роки я пережив багато криз і завжди знаходив вихід [...] Головне – мати невеликий запас грошей і сім'ю»⁴⁶.

Інтерпретація результатів

Інтерпретація відіграє ключову роль у квалітативних дослідженнях. Відповідно до методу QCA, ми категоризуємо дані, отримані в результаті інтерв'ю, і проведемо їх детальний аналіз.

Почуття з приводу кризи: Вступ

Суспільно значущі події, такі як фінансова криза, не лише впливають на економіку, а й змінюють підвалини і погляди суспільства. З настанням кризи люди почали думати про гірші варіанти розвитку подій. Однак два роки по тому гірші прогнози не виправдались. Початкове занепокоєння стихло, і на зміну йому прийшла віра в суспільство. Проте, люди дотепер віддають перевагу своїм особистим фінансовим проблемам, а саме шукають нові способи інвестування своїх коштів і намагаються економити.

Як можна інтерпретувати впевненість респондентів у тому, що економічна криза посприяла зростанню егоїстичних настроїв? Криза показала людям гірший варіант розвитку подій, тому їх першою реакцією було захистити себе та мінімізувати вплив економічних негараздів на них особисто. Проте, у нас є привід вважати, що, у випадку повторення кризи в умовах масового безробіття та масових народних виступів, люди можуть згуртуватися⁴⁷.

⁴⁴ Респондент I5.

⁴⁵ Considerations of Interviewee I2, I3; I6 and I7.

⁴⁶ Респондент E2.

⁴⁷ «Не було масового безробіття, тому люди не згуртувались» – Респондент E4.

Довіра і надія

Фінансова криза стає справжнім випробуванням для рівня взаємної довіри людей у суспільстві і може посприяти його зниженню. Таким чином, наше наступне запитання звучатиме таким чином: чому і наскільки сильно люди довіряють в умовах кризи?

Рівень довіри можна оцінити як «високий», якщо люди почуваються себе невід'ємною частиною суспільства і асоціюють суспільні інтереси зі своїми. Така позиція припускає підтримку колективних дій і надання допомоги слабким та соціально незахищеним. У випадку з Європейським Союзом висока довіра характеризується підтримкою рішення Союзу про допомогу Греції. Проте, цей випадок викликав розбіжності серед респондентів. З одного боку, Грецію сприймають як дитину, якій пора дорослішати⁴⁸, а з іншого – прозвучала думка, що такі країни, як Греція, послаблюють Європейський Союз.⁴⁹ Більшість респондентів довіряє ЄС більше, ніж окремим його членам. У цьому випадку «низький» рівень підтримки пояснюється настороженістю і невпевненістю людей у майбутньому. Якщо респонденти були не впевнені в тому, кому довіряти, вони віддавали право приймати рішення експертам: *«Я вірю в ідеали ЄС, але, знову ж таки, маю побоювання щодо того, як вплине криза на нашу [національну] промисловість. Фіскальна політика – складна матерія і потребує знань та експертів»*⁵⁰. Таким чином, недовіра підживлюється нестачею інформації. Більшість людей не має часу, щоби вдаватися в хитросплетіння фінансової кризи, або не цікавиться цим питанням. Деякі респонденти стверджували, що навіть коли вони цікавились цією темою, то не одержували достатньо вичерпної інформації⁵¹. Інші вважають, що ЗМІ дуже поглиблюють ситуацію⁵².

Криза не лише супроводжувалась певними психологічними реакціями людей, а й зумовила чимало з них. Втручання держави в економіку, що забезпечило збереження всіх банківських вкладів, підвищило рівень довіри населення до держави і політиків загалом⁵³. Інтерв'ю показали, що респондентів заспокоїли офіційні заяви національних урядів і доступність системи соціального захисту. Таким чином, дії уряду з фінансової підтримки банків змогли підвищити довіру населення до офіційних інститутів.

Категорія довіри пов'язана з поняттям надійності. Респонденти зазначили повернення надії після кризи: *«Я завжди сподівався, що ситуація ви-*

⁴⁸ Респондент І4.

⁴⁹ Респонденти Е2, І3, І5.

⁵⁰ Респондент Е5.

⁵¹ Респондент Е2.

⁵² Респондент Е5.

⁵³ Зазначено респондентом І3, що працює у сфері політики.

правиться. Коли економічні прогнози покращились, мені стало набагато легше. Я також сподівався на розважливості політиків»⁵⁴.

Довіра до офіційних інститутів часто включає в себе надію на розумну економічну політику, уникання ризиків та небезпеки. Проте, криза часом викликала процес переоцінки об'єкту надії. Більшість опитаних заявили, що вони сподіваються на те, що люди, інститути та країни винесли урок з економічної кризи: «... саме тому я не втрачаю надії, що приклад Греції стане уроком і таке не повториться знову [...] Ми [держави ЄС] не можемо допомогти всім. Саме тому з досвіду потрібно отримувати уроки»⁵⁵.

Щодо ЄС, то більшість респондентів висловлюють надію на очікувані зміни. Вони не впевнені у стабільності Союзу та його економічної політики: «Навіщо було встановлено трьохвідсотковий поріг боргу до річного ВВП, якщо його ніхто не дотримується?»⁵⁶; «варто поставити запитання про дієспроможність Союзу. Критерії Стабілізаційного Пакту ігнорують усі країни-члени ЄС, тому я ставлю собі запитання, чи має сенс цей документ загалом»⁵⁷.

Надія відбивається навіть у найрадикальніших рішеннях, запропонованих респондентами: «Інколи краще дати системі оновитися за допомогою скорочення і наступного зростання»⁵⁸. Ця думка є дуже поширеною серед працівників, що працюють не за наймом. Шестеро з них вірять у вільний саморегульований ринок і механізми природної рівноваги економічної системи: «Ми повинні щодня запитувати себе, як можна покращити ситуацію. Нам потрібні випробування. Сьогодні й упродовж останніх десяти років було надто мало стимулів для зростання»⁵⁹. Ці висловлювання також відображають надію респондентів на оновлення економічної системи.

Долаючи страх

Страх може мати численні форми, і його не завжди легко простежити. Щодо фінансової кризи, то причин для хвилювання і занепокоєння респондентів безліч. Економічна криза здебільшого асоціюється з подіями Великої Депресії: закриттям заводів, компаній, безробіттям, втратою заощаджень тощо. Першочерговим завданням в умовах кризи є постійне місце праці. В умовах нестабільної ситуації з роботою природною реакцією є менше споживати і накопичувати більше грошей.

⁵⁴ Респондент Е4.

⁵⁵ Респондент І7.

⁵⁶ Респондент Е3.

⁵⁷ Респондент І3.

⁵⁸ Респондент Е5.

⁵⁹ Респондент І4.

Слід зазначити, що почуття страху стосується і майбутнього, що відображено в занепокоєнні з приводу зростання податків чи скорочення елементів системи соцзабезпечення. Це спонукає людей замислюватися про макроекономічну політику як ЄС, так і окремих країн – членів Союзу. Інтерв'ю показали, що довіра до Європейського Союзу зменшується. Це відображає занепокоєння тим, що Євросоюз може стати дестабілізуючою силою через безпечну поведінку деяких його членів упродовж кризи. Коли респонденти чули про Грецію, їхньою першою реакцією було розчарування⁶⁰ або гнів⁶¹. Гнів, як наслідок недовіри, безпосередньо пов'язаний зі страхом.

Респонденти висловили високий рівень занепокоєння щодо роботи без урахування особистих обставин. Це пояснюється важливою роллю, яку впродовж кризи відіграє сім'я. Респонденти, що мали сім'ю чи перебували у відносинах, висловили менший ступінь занепокоєння. Таким чином, сімейні відносини дають людині відчуття захищеності і зменшують рівень її страху та занепокоєння.

Незважаючи на загальне зниження рівня занепокоєння, респонденти дотепер вважають, що в найближчому майбутньому можливе повторення фінансової кризи. Проте, більшість респондентів дивляться в майбутнє з оптимізмом, тому що остання криза не зачепила їх безпосередньо, тож вони не очікують великих особистих потрясінь і від можливої майбутньої кризи.

Криза раніше і тепер

У заключному, аналітичному, підрозділі ми розглянемо те, як кризу сприймають сьогодні в часовій перспективі та проаналізуємо, як респонденти борються з нею на емоційному та раціональному рівнях.

Думки опитаних щодо впливу кризи розділились. Дехто стверджував, що вже звик до нових обставин: «Я звик і не вірю в те, що криза скоро закінчиться»⁶². Один з респондентів, який на початку кризи відчував тривогу, зараз сказав так: «У даний час я відчуваю менше занепокоєння, ніж рік тому. Ніби все стало на свої місця. Проблеми більше не видаються нерозв'язаними, і я не боюсь дивитися в майбутнє»⁶³. Таким чином, необхідність осмислити кризу примушує людей рефлексувати з цього приводу. Наслідком цього стає те, що з часом люди починають сприймати кризу як менш актуальну проблему: «Криза не видається мені настільки серйозною»⁶⁴. Більшість респондентів стверджували, що рівень їх занепокоєння зменшився і вони «приймають» наслідки кризи, однак усе ще вважають можливим повто-

⁶⁰ Наприклад, респондент І6.

⁶¹ Наприклад, респондент Е2.

⁶² Респондент Е3.

⁶³ Респондент Е4.

⁶⁴ Респондент Е6.

рення рецесії⁶⁵. Таким чином, респонденти готують свої власні «стратегії виживання» і приймають економічні рішення більш обережно.

Деякі з опитаних стверджували, що криза одночасно надає людям нові можливості. Враховуючи це, чи почуваються вони готовими використати ці можливості, такі як, наприклад, спробувати новий вид діяльності? Як показали інтерв'ю, рівень самовпевненості тих, хто працює не за наймом, виявився дуже високим, і вони можуть уявити собі ситуацію, за якої змінять професію чи вид діяльності: «Це повинен зробити кожен»⁶⁶. Незважаючи на те, що половина респондентів стверджувала, ніби криза може спричинити глибокі зміни в суспільстві, вони сумніваються у власних здібностях та можливостях, що відкриваються. Доти, поки їхній роботі нічого не загрожує, ніхто з них не наважиться на ризик. Таким чином, криза відіграє важливу освітню й інформаційну роль, проте сама по собі не є стимулом до серйозних змін у професійному житті.

Типологія

Ми завершимо процес інтерпретації інтерв'ю побудовою типології респондентів і узагальненням результатів дослідження. Наша типологія ґрунтуватиметься на контент-аналізі та наступному аналізі вищезгаданих категорій.

На основі аналізу було виділено два типи респондентів. Важливо підкреслити, що відмінності між типом 1 і типом 2 не відповідають диференціації респондентів на найманих працівників та тих, хто працює не за наймом. Перший тип ми умовно назвали «**реалістами**». «Реалістів» характеризує менший рівень занепокоєння у зв'язку з кризою і більш цілеспрямований підхід до кар'єри. Їхня довіра до Європейського Союзу та національних урядів має чіткі межі. Представники цієї категорії вважають, що криза – це природний наслідок економічного циклу, і розглядають його як норму в глобалізованому світі. Таким чином, «реалісти» готові до майбутніх обвалів на ринку. Цей тип респондентів надає велике значення грошам і старанно накопичує свої капітали. Світогляд «реалістів» можна найкраще висловити такими словами: «кризи приходять і відходять»⁶⁷.

Представників другої групи можна назвати «**оптимістами**», насамперед тому, що вони з надією дивляться в майбутнє і вірять у суспільство та його інститути. Вони вбачають у кризі можливості і сподіваються, що зміни, навіть настільки радикальні, як наслідки кризи, приведуть до покращення їхнього життя. Таким чином, «оптимісти» вірять у те, що люди повинні шукати альтернативні шляхи розвитку своєї професійної діяльності. Вони вважають,

⁶⁵ Наприклад, респондент Е1.

⁶⁶ Респондент І4.

⁶⁷ Респондент Е2.

що люди повинні бути готові йти на ризик. Світогляд такого типу можна охарактеризувати такими словами: «Криза дає нам можливості втілити в життя наші мрії»⁶⁸. Слід зазначити, що друга група менш численна з двох основних причин. По-перше, багато її членів поступово переходять до першої групи. По-друге, люди переважно схильні уникати ризиків та роблять вибір на користь стабільної кар'єри, саме тому вони скептично ставляться до можливих альтернатив чи бояться наважитися на зміну професії. У таблиці 2 відображено розподіл респондентів за двома вищеописаними типами:

Таблиця 2

Типологія респондентів

Тип	Ті, хто працює не за наймом	Ті, хто працює за наймом
«Реалісти»	I2; I3; I6; I7	E1; E2; E4; E6; E7
«Оптимісти»	I1; I4; I5	E3; E5

Висновки та заключні зауваження

У заключній частині дослідження ми узагальнимо його результати та дамо відповіді на запитання дослідження, а також звернемося до нашої гіпотези.

Головною метою дослідження було визначити, які думки та почуття мають люди стосовно глобальної фінансової кризи. Інтерв'ю показують, що реакцію респондентів на кризу можна охарактеризувати як визначену емоціями довіри, страху, гніву і надії. Можна стверджувати, що миттєвою реакцією на кризу було побоювання змін. На зміну страху прийшла суміш гніву (спрямованого проти припустимих винуватців кризи) і надії, що криза буде успішно подолана. Однак, коли ситуація стабілізувалась, люди почали проявляти більше довіри до офіційних інститутів, які стали сприйматися як символи стабільності та живучості чинної системи. Думки респондентів з приводу кризи відрізняються. Узагальнюючи, можна стверджувати, що вони відповідають вищезгаданім почуттям і тому, як криза позначилася на кожному з них. Реакція людей на кризу проявляється в таких запитаннях, які вони ставили:

⁶⁸ Респондент E5.

«Чому сталася ця криза?», «Чи вплине це на мене, і якщо так, то яким чином?», «Як можна вийти з кризи?», «Як мені впоратися з цим?»⁶⁹

Нижче наведено короткий огляд найбільш важливих додаткових запитань.

Чи вірять респонденти у свої сили і стабільність своєї роботи?

Більшість респондентів відповіли на це запитання позитивно. Їм подобається робота, яку вони виконують і в безпеці якої впевнені. На запитання про те, що респонденти зробили б на випадок втрати роботи, більшість⁷⁰ із них відповіли, що розраховують лише на свої здібності і спробують знайти іншу роботу.

Який вплив мала криза на людей і чи вважають вони її серйозною?

Більшість респондентів стверджували, що більше не думають про фінансову кризу. Деякі навіть казали таке: «Зараз здається, що фінансової кризи просто не було»⁷¹.

Чи вплинула економічна криза на довіру людей до наявних (політичних, фінансових і т. д.) інститутів?

На це запитання було отримано стверджувальну відповідь. Незважаючи на зростання рівня довіри, майже половина респондентів⁷² висловила недовіру та скептичне ставлення до наявних інститутів.

Чи викликала фінансова криза хвилю страху в респондентів?

Дослідники з'ясували, що фінансова криза викликала страх у відносно невеликої кількості людей. У деяких випадках страх переріс у гнів, тому що, на думку респондентів, система продовжувала працювати, ніби нічого не сталося, у той час як проблеми лише нагромаджувались. Таким чином, люди, як і раніше, побоюються повторення кризи: «Ніщо не стабільне. Я не можу сказати, що дуже наляканий, я навіть скажу, що знайшов вихід, спосіб реагувати на це. Проте ніхто не знає, що станеться, коли лопне наступна бульбашка, і все повториться»⁷³.

⁶⁹ Питання стосуються відповідей всіх респондентів.

⁷⁰ Більше половини респондентів.

⁷¹ Респондент І1.

⁷² Шість із чотирнадцяти респондентів.

⁷³ Респондент І7.

Чи стане економічна криза поштовхом до перегляду основ сучасної економічної системи?

Люди починають замислюватися, чи є наявна соціально-економічна модель живучою. Вони також починають переосмислювати їхні власні професії та ролі, їхній стиль життя і те, яким чином криза може зачепити їх самих. Саме тому респонденти проявили більш зважений підхід до своїх заощаджень й інвестицій. Однак криза не змусила людей змінити свою поведінку. Проте, чим більше економічна криза відходить у минуле, тим частіше ми спостерігаємо повернення до традиційної економічної моделі.

Чи довіряють люди Європейському Союзу?

Більшість респондентів висловили високий ступінь довіри до ЄС, навіть незважаючи на те, що вони скептично оцінюють те, як Євросоюз упоратися з кризою. Більше половини усіх респондентів заявили, що підтримка Греції була правильним рішенням.

У результаті інтерв'ю основну гіпотезу дослідження було спростовано, що було детально розібрано в інтерпретаційній частині статті. Врешті, одержані дані дають нам змогу переформулювати гіпотезу.

По-перше, ті, хто працює за наймом та не відчуває занепокоєння з приводу своєї роботи, є або представниками творчих професій, або займають керівні посади. По-друге, більшість працівників не за наймом не висловили занепокоєння з приводу своєї роботи. Вони насамперед занепокоєні тим, чи зможуть зберегти свої робочі місця. Якщо ні (наприклад, у результаті кризи), вони почуваються достатньо впевнено, щоб розпочати нову кар'єру. Більшість тих, хто працює за наймом, не бачить для себе такої можливості. Таким чином, переформульована гіпотеза звучатиме так: *Люди, що працюють не за наймом, ті, хто займає керівні посади, і представники творчих професій відчувають менше занепокоєння, пов'язане з кризою, ніж основна маса найманих працівників.*

Наша остання гіпотеза стосувалась емоційного виміру і макроперспективи дослідження. Ми припустили, що страх є домінантним почуттям у професійних відносинах між людьми впродовж і відразу після завершення економічної кризи. Дослідження показало, що це припущення необхідно переглянути. На основі інтерв'ю можна стверджувати, що недовіра, а не страх, визначають відносини між людьми. Таким чином, слід зробити висновок, що недовіра і занепокоєння є домінантними почуттями респондентів у часи економічної кризи.

Література

1. Assenza, Gaudenz/ Martynau, Aliksandr (2009): *The financial crisis: A brief history of the future*, in: *Wirtschaft in der Zeiten-wende. Zur Vision einer Maßwirtschaft der Lebensfülle und Schritte zu ihrer Verwirklichung. Ideen und Impulse für eine integrale Ökonomie der Zukunft*, под редакцией Fein, Eike (Documentation of IFIS conference on 18th and 19th of September 2009), Institut für integrative Studien, Berlin.
2. Bauer, M. W. (2000): *Classical Content Analysis: A Review in Qualitative Researching with Text, Image and Sound*. London: Sage, p. 132–33, quoted in: Marvasti, Amir B. (2004), *Qualitative Research in Sociology*, London: Sage.
3. Flick, Uwe (2009): *Qualitative Sozialforschung – Eine Einführung*, Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, Reinbek bei Hamburg.
4. Mayring, Philipp (2002): *Einführung in die qualitative Sozialforschung: Eine Anleitung zu qualitativem Denken*, Beltz Verlag, Weinheim and Basel.
5. Mayring, Philipp (2007), *Qualitative Inhaltsanalyse*, in: Flick, Uwe; von Kardorff, Ernst; Steinke, Ines (editors) (2007): *Qualitative Forschung – Ein Handbuch*, 5. Circulation, Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, Reinbek near Hamburg.
6. Reuber, Paul/Pfaffenbach; Carmella (2005): *Methoden der empirischen Humangeographie*, Westermann Verlag, Braunschweig.
7. Aliksandr Martynau, MA and doctoral student of politics at Palacky University in Olomouc, Czech Republic.
8. Antje König, MA is a Master of Arts in Political Science, a doctoral student of politics at Palacky University in Olomouc, Czech Republic and an intern at People in Need NGO, based in Prague, Czech Republic.

Стаття надійшла до редакції 26 травня 2011 р.