

Социальное самочувствие белорусской молодёжи: социологический анализ

В статье рассмотрено понятие «социальное самочувствие» с точки зрения теории и методики его социологического изучения. Приведены результаты эмпирического исследования социального самочувствия белорусской молодёжи в сравнении с другими возрастными группами. Сделаны выводы относительно состояния социального самочувствия современной молодёжи в условиях мирового финансово-экономического кризиса.

Социальное самочувствие, молодёжь, мировой финансово-экономический кризис.



**Людмила Петровна
ГИЛЕВСКАЯ**

младший научный сотрудник Института социологии НАН Беларуси, преподаватель Белорусского государственного педагогического университета им. М. Танка
ragneda-@mail.ru

С конца прошлого столетия особую актуальность в сфере отечественной и зарубежной социологической науки приобрело изучение социального самочувствия. Подобные обращения связаны со всё возрастающим интересом к данной проблематике не только учёных, но и политических лидеров. В своём ежегодном обращении к белорусскому народу и политическим структурам глава белорусского государства подчеркнул особую роль социального самочувствия в установлении социального порядка в обществе и государстве, т.к. жизнеспособность общества зависит от того, насколько комфортно его гражданам. «Самочувствие граждан, — уточнил А.Г. Лукашенко, — определяется образом и качеством жизни, а также тем, насколько им комфортно в обществе и государстве, в котором они живут и

работают. От этого зависит и стабильность самого государства»¹.

Изучение социального самочувствия в мировой и отечественной социологической практике во многом связано с его рассмотрением в качестве важного фактора, который наряду с объективными показателями демонстрирует уровень развития страны, благополучия и благосостояния граждан. Социологическое сопровождение анализа социального самочувствия должно быть ориентировано на получение информации об актуальном состоянии социального самочувствия как населения в целом, так и его основных категорий, о причинах (факторах), его обуславливающих; нацелено на поиск способов (механизмов) позитивного

¹ Ежегодное Послание Президента Беларуси белорусскому народу и Национальному собранию Республики Беларусь. — Режим доступа: http://www.lukashenko2008.ru/articles/stat_i/608. (Дата обращения: 12.11.2009 г.).

* Социологические данные получены в ходе выполнения совместного гранта БРФФИ «Мониторинг экономического положения и социального самочувствия населения регионов Северо-Западного федерального округа РФ и Беларуси» от 15.04.2009 ГО9Р-031.

влияния и компенсации неблагоприятных факторов, которые приводят к деструктивным проявлениям в социальном самочувствии, выражающимся в форме девиантного поведения, суицидов, протестных акций и напряжённости, опасений за собственное будущее, недоверия к общественным и политическим институтам, политического абсентеизма и пр. Именно поэтому необходимость обращения социологической науки к проблематике социального самочувствия определяется его воздействием на стабильность в обществе.

Современную Беларусь, как и большинство стран мира, затронул мировой финансово-экономический кризис, повлёкший за собой ряд негативных последствий — безработицу, снижение уровня и качества жизни, напряжённость и страхи относительно личного будущего и будущего страны. Как демонстрируют результаты проведённого Институтом социологии летом 2009 г. исследования, большинство населения нашей страны ощутило на себе его влияние в разных формах: задержки заработной платы и социальных выплат (16,2%), увольнения и сокращения с предприятий (33,3%) роста цен на потребительские товары, услуги (76,4%), обесценивания рублёвых сбережений (30,6%). В том числе ухудшилось (пострадало) и социальное самочувствие населения, моментально реагирующего на происходящие в нашем государстве процессы и на изменение своего положения в современном обществе. 55% опрошенного населения ожидает отрицательного влияния кризиса на благосостояние страны, 60,2% — на благосостояние собственной семьи. «Вклад» кризиса оказался также различным для разных социальных групп и категорий белорусского населения.

Молодёжь оказалась самой уязвимой категорией населения, так как в первую очередь кризис затронул именно данную общность (24,1%); затем влияние кризиса почувствовало на себе среднее поколение (18,2%); старшее поколение меньше

всего ощутило кризис (8,6%). Именно знание о социальном самочувствии молодёжи, рассматриваемой в качестве позитивной силы общества, основного его потенциала, позволяет выстраивать обоснованные долгосрочные прогнозы изменений социального самочувствия в обществе. С одной стороны, молодёжь — одна из наиболее уязвимых групп населения, с другой — лидирующая, поскольку открыта по природе новому, способна к нетрадиционным, инновационным решениям.

Анализ имеющихся в социологии теоретических разработок, накопленных по проблеме социального самочувствия и смежных с ним категорий, позволяет сделать вывод о том, что, несмотря на безусловные достижения в данной области, всё же сохраняется довольно много нерешённых вопросов. На наш взгляд, весьма абстрактны определения изучаемого понятия, в недостаточной мере изучена структура социального самочувствия, его факторы и показатели. И в целом подобные исследования носят фрагментарный характер.

Исследуя процесс концептуализации понятия «социальное самочувствие» в отечественной и зарубежной науке, следует выделить в нём две стадии — латентную и экспликации.

В рамках первой исследуемая категория как таковая в научном обороте ещё отсутствует; вопросы, затрагивающие сферу самочувствия, т.е. восприятия окружающей действительности и собственного положения в социуме, рассматриваются на уровне смежных с ним понятий — социального настроения, образа жизни, общественного сознания, благополучия, комфортности — в рамках различных отраслей знания (Б.Д. Парыгин, А.Г. Здравомыслов, В.А. Ядов, Б.Ф. Поршнев, Н.С. Мансуров, Н.И. Лапин, Т.А. Заславская).

Период экспликации способствовал становлению социального самочувствия в качестве самостоятельной категории; концептуализации в научной литературе;

пониманию его сущности, отражающей степень удовлетворённости личности (группы) своим положением в обществе; разработке методических оснований исследования социального самочувствия; внедрению в социологическую практику: Ю.А. Левада (социальное самочувствие населения РФ), Ж.Т. Тощенко, С.В. Харченко (социальное самочувствие в контексте общественного настроения), И.С. Кон, А.А. Русалинова (проблематика социального самочувствия человека в современном мире), И.А. Джидарьян, Е.И. Головаха (массовые измерения социального самочувствия), Е.В. Давыдова (социальное самочувствие молодёжи), Л.Я. Рубина (социальное самочувствие учителей), О.А. Хасбулатова (гендерный аспект социального самочувствия), Л.Е. Петрова, О.Л. Барская, Н.В. Панина (индексы социального самочувствия), М.А. Гуревич (социальное самочувствие как ведущий индикатор социальной адаптации), Л.В. Филинская, Л.А. Соглаева (социальное самочувствие населения Беларуси), Д.Г. Ротман (социальное самочувствие учащейся и студенческой молодёжи), Г.Н. Соколова (удовлетворённость трудом), Р.А. Смирнова (социальное самочувствие сельского населения) и др.

Несмотря на значительный вклад выше-названных авторов в теорию и практику социального самочувствия, отмечается всё же их фрагментарный характер, т.е. отсутствие комплексного подхода в исследовании социального самочувствия, основывающегося на принципе взаимообусловленности трёх сфер данного явления — когнитивной, эмоциональной и поведенческой, — на основании чего происходит формирование социального самочувствия как интегральной характеристики личности, социальной группы, общности, общества в целом.

Проведённый междисциплинарный ретроспективный анализ позволяет определить понятие «социальное самочувствие» как интегральное образование, комплексную характеристику личности, социальной группы, общности, сложносоставное эмоционально-оценочное состояние,

возникающее на основании восприятия окружающей действительности и собственного положения в обществе с точки зрения удовлетворённости, идентичности, активности.

Социологический подход, в отличие от общепсихологического и других, первостепенное внимание уделяет двойственной природе (дуализму) феномена самочувствия, т.е. его способности атрибутировать (быть атрибутом) как индивида, так и разного уровня общности — семьи, учебной группы, трудового коллектива, спортивной команды, воинского подразделения, общества в целом. Методологический индивидуализм абсолютизирует первую сторону дуальности, а методологический реализм — вторую. Мы исходим из целостности данного феномена и рассматриваем его дуализм по логике соотношения общего и единичного (аналогично двойственной природе труда), согласно которой общее проявляется в/через единичное, а сущностные признаки единичного входят в общее, отделяя данное явление от рядоположенных. Это значит, что самочувствие общности (коллективное по Э. Дюркгейму) не антропоморфизм (большое общество), а реальный факт (по Э. Дюркгейму), отражающий эмпирическую комплементарность (дополнительность, связанность) наиболее значимых и распространённых черт индивидуального самочувствия.

В свою очередь, общее (коллективное) самочувствие оказывает влияние на индивидуальное через механизмы подражания, заражения, иррадиации (распространённость), индукции и т.д. Общее (коллективное) самочувствие можно назвать социальным. Вместе с тем в индивидуальном самочувствии большой удельный вес занимает социальный фактор — объективные условия жизни, позиции человека в обществе (коллективе), отношения с людьми и институтами и экспектации и возможности их осуществления, хотя их вес изменчив относительно эмоциональных состояний, обусловленных аскрипцией, природными

здатками и т. д. (здоровье). Именно социальные аспекты индивидуального самочувствия и являются субстратом (содержанием) самочувствия социального.

В структуру социального самочувствия входят когнитивный, эмоциональный, поведенческий и ценностный элементы.

Когнитивный элемент в социальном самочувствии выражает актуальное знание, информированность людей о проблемах общественной жизни, знание, которым индивид руководствуется в повседневной жизни, которое влияет на принятие определённых жизненных решений.

Наличие эмоционального компонента в социальном самочувствии обосновывается тем, что оно содержит в себе эмоции, чувства, переживания, настроения, т. е. психические состояния человека, которые порождаются социальной реальностью и являются высшим продуктом развития эмоциональных процессов в общественных условиях.

Поведенческий компонент раскрывается через активность индивида, через готовность действовать в определённой ситуации при определённых условиях, включающий также самореализацию и протестные акции как результат негативного самочувствия и жизненной неудовлетворённости. Выделение

показателей, измеряющих социальное самочувствие, обуславливается его трёхкомпонентной структурой.

Во-первых, когнитивная сфера социального самочувствия изучается: 1) оценкой экономической ситуации в стране; 2) оценкой проблемного поля в стране (актуальных проблем); 3) самооценкой собственного экономического положения и материального положения семьи; 4) самоидентификацией с определёнными социальными слоями.

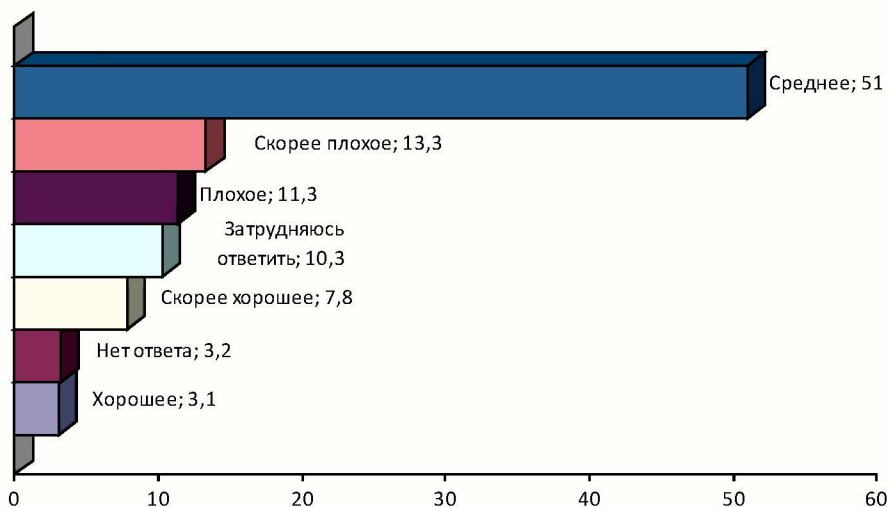
Во-вторых, эмоциональной области социального самочувствия соответствуют: 1) самооценка удовлетворённости жизнью; 2) самооценка ощущения счастья; 3) самооценка настроения.

В-третьих, поведенческий компонент измеряется: 1) оценкой перспектив изменения экономического, профессионального и образовательного статуса; 2) выбором поведенческих стратегий в определённых жизненных ситуациях.

Эмпирический анализ когнитивной сферы социального самочувствия молодёжи

Для большинства опрошенных молодых людей, характеризующих экономическое положение собственной семьи, свойственна позиция «среднее» (51%); для десятой части — «хорошее», для 24,6% — «плохое» (рис. 1).

Рисунок 1. Распределение ответов молодёжи на вопрос: «Как бы Вы оценили экономическое положение своей семьи?», в %



Было выявлено, что, характеризуя экономическое положение Беларуси, молодёжь оценивает его как среднее — 42,7%, что на 5% меньше, чем среди среднего поколения, и на 7% меньше, чем среди «пожилого» населения; как хорошее — 10%, таких ответов на 2,5% больше среди «пожилых» респондентов (12,5%) и на 2% меньше в группе среднего возраста (8,4%); как плохое — 31,9%, т.е. негативные оценки экономического положения страны чаще встречаются в группе молодых респондентов, т.к. только 17,9% старшего поколения и 29% — среднего назвали его плохим; есть среди данной категории населения те, кто не смогли точно его определить, — 12,6% затруднились ответить на данный вопрос (рис. 2).

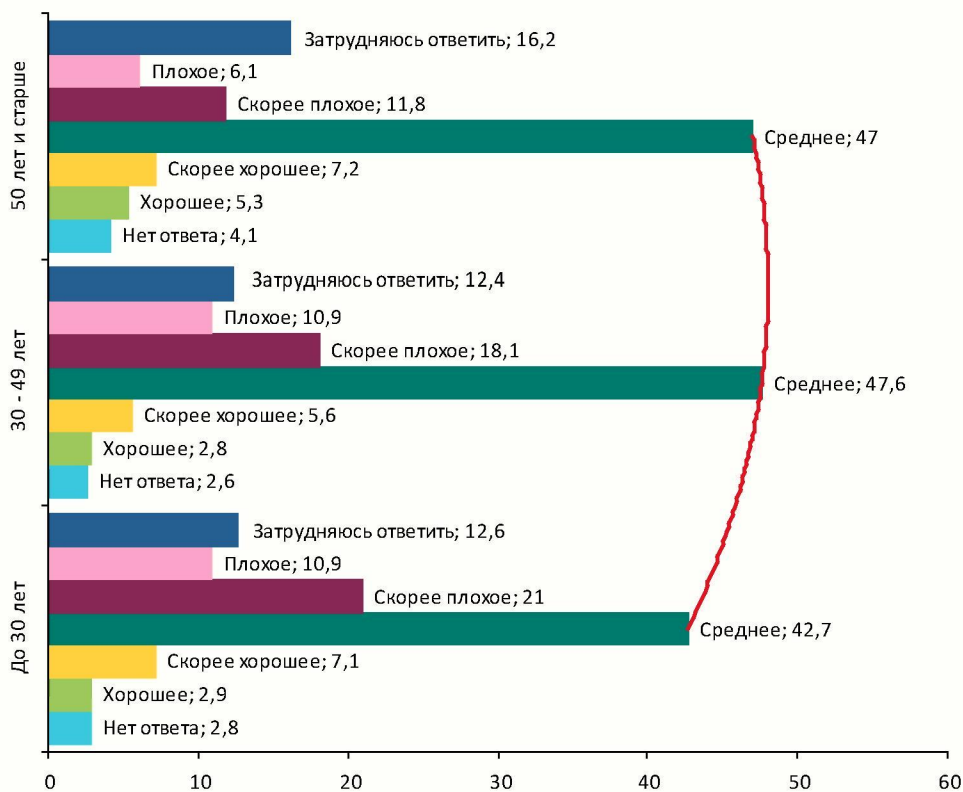
Таким образом, показатели оценок экономического положения Республики Беларусь и собственной семьи, характерные для молодёжи, отличаются нейтраль-

ными значениями, смещающимися к негативным, что объясняется современным мировым экономическим кризисом, затронувшим и нашу страну.

Что касается острых проблем, характерных для современной Беларуси, то мнение молодёжи можно представить в виде лидирующей десятки (начиная с самых актуальных): рост алкоголизма (62,9%), постоянный рост цен (62,1%), низкий уровень жизни (52,4%), безработица (45,1%), плохая экология и загрязнение окружающей среды (43,8%), низкая доступность жилья (43,6%), коррупция (41,7%), низкое качество здравоохранения (40,4%), высокие тарифы на коммунальные услуги (40,3%), резкое расслоение населения по доходам (36,7%).

Менее всего характерна для нашей страны, по мнению молодёжи, межнациональная рознь — данная проблема заняла с большим отставанием от других последнее место. Описанная «десятка» по проблемному фону

Рисунок 2. Распределение ответов разных возрастных групп на вопрос: «Как бы Вы оценили экономическое положение Беларуси?», %



страны отличается от тех, которые, согласно оценкам молодёжи, характерны лично для опрошенных и их семей, и выглядит следующим образом: высокие тарифы на коммунальные услуги (37,5%), рост цен (30,6%), низкая доступность жилья (28,9%), низкий уровень жизни (23,8%), низкое качество здравоохранения (20,8%), социальная незащищённость граждан (15,7%), задержки в выплате зарплаты, пенсий и стипендий (15%), экологические проблемы (13,6%), рост алкоголизма (10,4%), безработица (10,2%).

Определяя своё место среди социальных категорий населения, большинство опрошенных молодых людей идентифицируют себя с людьми со средним достатком — таких 56,7%, что на 7% больше по сравнению с представителями среднего поколения и на 14% — старшего поколения; к «бедным» себя причисляют 16,8%. Причём пожилые люди в два раза чаще относят себя к «бедным» по сравнению с молодёжью (33%) и на 10% больше идентифицирующих себя с «бедными» среди среднего поколения; «нищими» себя считает 4%, а затруднились определить свою позицию 17,2% среди вышеназванных категорий (рис. 3).

Характеристики эмоциональной области социального самочувствия молодёжи

Данные социологического исследования, проведённого Институтом социологии НАН Беларуси в июне — июле 2009 г., показали следующие результаты.

Во-первых, самооценки настроения, которое в основном испытывают молодые люди в последнее время, отличаются преобладанием позитивных значений (61,8%), из них прекрасным настроением обладает 23,8%, в нормальном и ровном состоянии пребывает 38%; 13% испытывают напряжение и раздражение, а страх и тоска характерны менее чем для 2%; и пятая часть опрошенных не смогла точно определить своё настроение ни как позитивное, ни как отрицательное в силу его изменчивости (рис. 4).

Во-вторых, что касается самооценок жизненной удовлетворённости, то, как и настроение, она имеет положительный фон, т. к. полностью и скорее удовлетворённых в три раза больше по сравнению с теми, кто совсем или скорее не удовлетворён жизнью, — 67,1 и 21,2% соответственно; однако есть и те молодые люди, которые не знают, удовлетворены они жизнью или нет, — таких 11,6% (таблица).

Рисунок 3. Распределение ответов молодёжи на вопрос: «К какой категории Вы себя относите?», в %

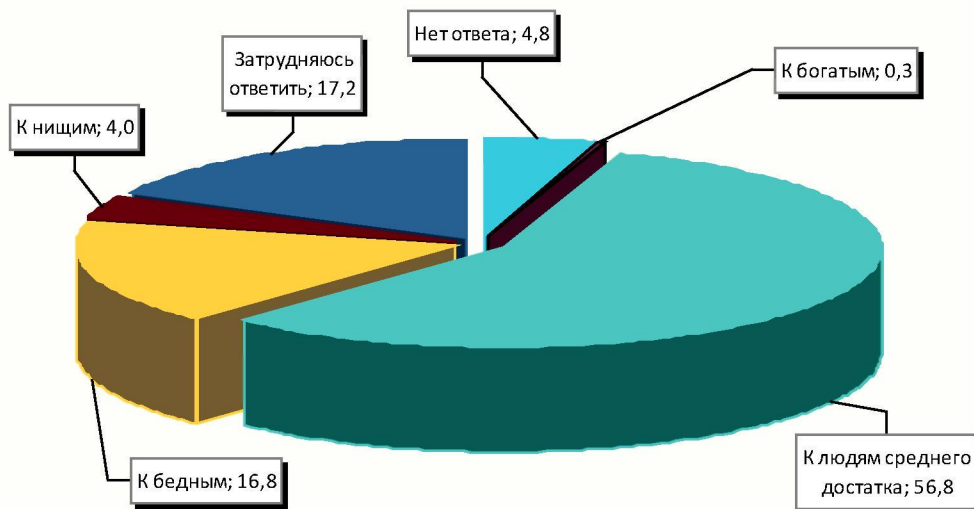
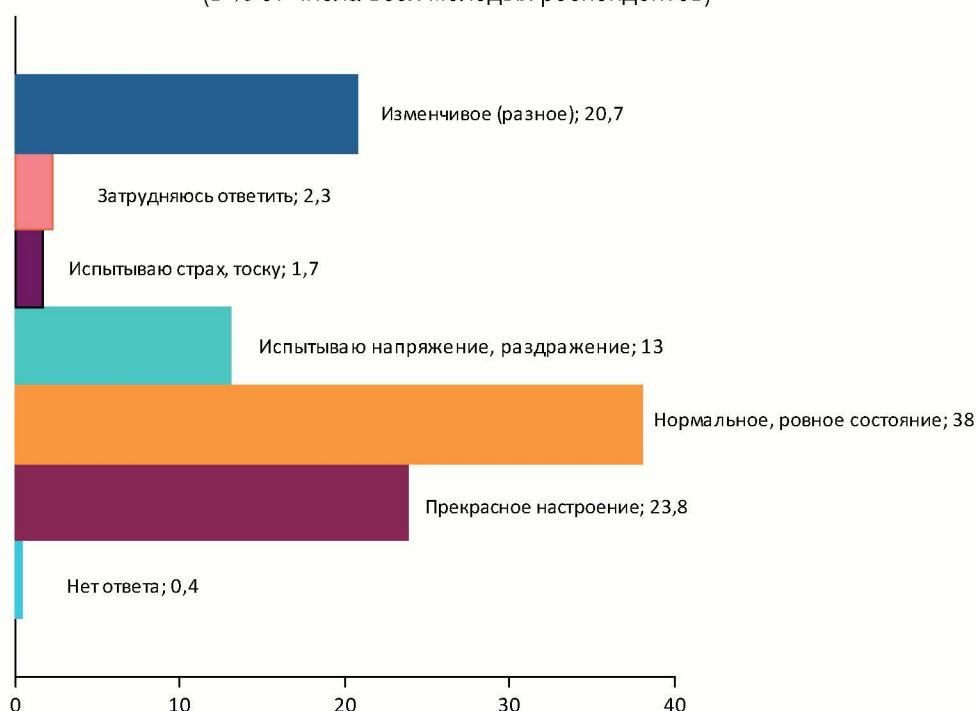


Рисунок 4. Распределение ответов респондентов в возрасте 16 – 30 лет на вопрос: «Что бы Вы могли сказать о своём настроении в последние дни?» (в % от числа всех молодых респондентов)



Распределение ответов на вопрос: «Оцените, пожалуйста, в какой степени Вы удовлетворены жизнью в целом?» (в % от числа молодых респондентов)

Вариант ответа	В % от числа респондентов до 30 лет
Нет ответа	0,2
Полностью удовлетворён	17,7
Скорее удовлетворён, чем нет	49,4
Скорее не удовлетворён	17,2
Не удовлетворён совсем	4,0
Не знаю	11,6

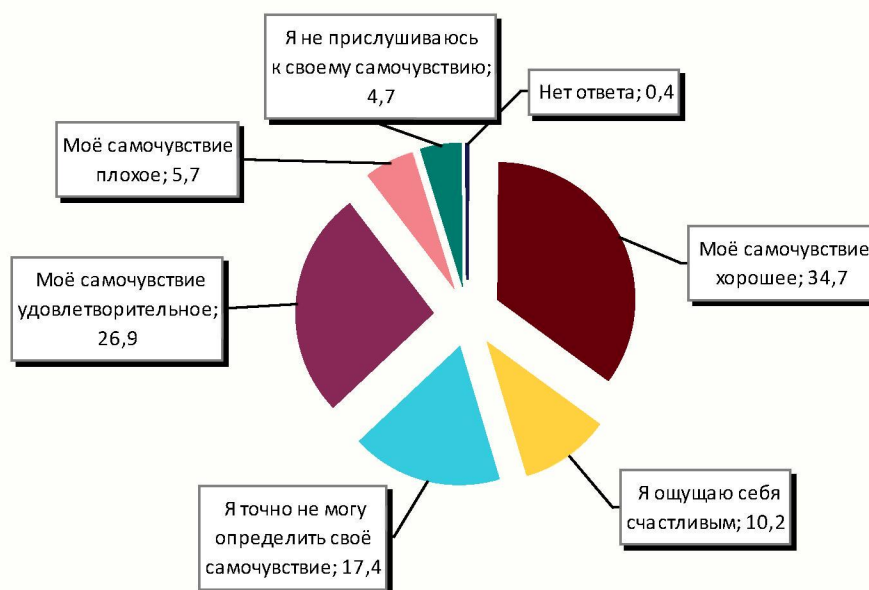
Характеристики собственного самочувствия позволили выявить следующие результаты: 34,7% среди опрошенной молодёжи обладают хорошим самочувствием; 10,2% ощущают себя счастливыми; у 26,9% самочувствие удовлетворительное; и 5,7% определили своё самочувствие как плохое (рис. 5).

Таким образом, эмоциональная сфера социального самочувствия молодёжи по всем трём его составляющим демонстрирует более положительные оценки по сравнению с его

когнитивным элементом. Данные показатели социального самочувствия молодёжи отличаются большим оптимизмом от аналогичных показателей представителей среднего и старшего поколения. При определении факторов, влияющих на удовлетворённость жизнью, с одной стороны, и самочувствие — с другой, зафиксированы некоторые различия.

Так, иерархия факторов жизненной удовлетворённости выглядит следующим образом: 1-е место — самооценка собственного состояния счастья (тип «эвдемонисты» — 31,5%); 2-е место — оценка достигнутых целей (тип «целеориентированные» — 21,5%); 3-е место — сравнение личного благополучия с благополучием других людей (тип «материалисты» — 18,7%); 4-е место — сравнение собственного образа жизни с образом жизни других людей (тип «реалисты» — 14,3%); 5-е место — оценка семейного благополучия и/или личных отношений (тип «семейноориентированные» — 11%); 6-е место —

Рисунок 5. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете своё самочувствие?», в %



доверие и признание со стороны окружающих [тип «глотический» (от лат. gloria — слава) — 7,2%]; 7-е место — оценка достижений в работе (службе, учёбе) и престижа работы (тип «карьеристы» — 9,1%).

Причём для среднего и старшего поколения решающим фактором явилась оценка благополучия и уровня жизни, который ненамного опередил фактор, связанный с ощущением счастья. Факторами-аутсайдерами для всех возрастных групп явились те, которые касаются работы, учёбы или службы, а именно престижа и достижений.

Что касается детерминант самочувствия, то была выделена лидирующая пятёрка. У молодёжи оно зависит главным образом от отношений с близкими людьми, от состояния здоровья, от материального положения семьи, от личного материального положения, и пятое место занял такой фактор, как семейное благополучие. Последнее место разделили позиции, связанные с доверием окружающих и состоянием личной безопасности. В отличие от этого, для среднего поколения определяющую роль сыграло материальное положение, вторичным явилось семейное бла-

гополучие и здоровье заняло третью позицию. Однако у «пожилых» респондентов самооценка состояния здоровья преобладает с большим отрывом — почти в три раза по сравнению со значимостью других факторов.

Изучение самооценок динамики самочувствия молодёжи показало, что за последнее время у большей части молодых респондентов оно не изменилось, как, впрочем, и у других возрастных групп. Однако наблюдаются различия в соотношении (по каждой возрастной группе) тех, у кого оно улучшилось, и тех, у кого оно ухудшилось. Позитивные изменения самочувствия в основном характерны для молодёжи, а не среднего и тем более старшего поколения, самочувствие которого в большинстве случаев ухудшилось. Изменения самочувствия молодые респонденты связывают с переменами в семейной (личной) жизни и в материальной сфере.

Социологический анализ поведенческих стратегий современной молодёжи

Проведённый анализ самооценок социальных качеств молодёжи продемонстрировал достаточную степень проявления

инициативности, потребности в самообразовании, самоактуализации, предприимчивости, способности достигать цели, умении рисковать, т. е. тех качеств, которые лежат в основе интернальных поведенческих стратегий. Следует отметить, что в случае изменений жизненной ситуации и материального благополучия в сторону их ухудшения у молодёжи преобладают активные поведенческие стратегии позитивного характера.

Так, лидирующей поведенческой стратегией в случае ухудшения уровня жизни является поиск дополнительных источников дохода (60,3%); второе место заняла позиция, связанная с экономией и сокращением расходов (50,1%); третье место — позиция «положусь на заботу со стороны близких» (10,8%); четвёртое — «буду отстаивать свои права» (7,6%); пятое — «кредит в банке» (6%); одинаково и меньше всего выбирали молодые респонденты альтернативы «заложу в ломбард ценные вещи» (0,7%) и «постараюсь получить возмещение по личной страховке» (0,6%).

Почти десятая часть (9,2%) опрошенной молодёжи полагает, что в случае роста цен и ухудшения уровня жизни страну ожидают массовые выступления; по мнению 46,1%, они не могут состояться; 42,3% — затруднились ответить на данный вопрос. Причём 11,5% респондентов допускают своё участие в подобных протестных выступлениях, 22,6% — затруднились ответить и 63% — скорее или точно не будут в них участвовать.

Однако когда что-либо затрагивает интересы молодёжи, то в них (стратегиях) в значительной доле проявляют себя протестные реакции. Социологические данные продемонстрировали, что более десятой части (11,5%) молодых респондентов допускают своё участие в массовых выступле-

ниях против роста цен и низкого уровня жизни; пятая часть молодёжи (18,9%) для защиты собственных интересов в ситуации ухудшения жизни готова использовать любые возможности, в том числе и крайние; 12,1% — готовы уехать в другую страну; 9,6% — обратятся в профсоюзные организации; аутсайдерами являются альтернативы, связанные с такими стратегиями, как голодовка и вступление в партию.

Результаты социологических исследований позволяют сделать вывод о том, что, несмотря на современный мировой финансово-экономический кризис, затронувший Республику Беларусь, в оценках молодёжью собственного настроения, самочувствия и жизненной удовлетворённости преобладают позитивные значения.

Вместе с тем социологические данные продемонстрировали, что на положительном фоне эмоциональной сферы социального самочувствия проявляются и тревожные тенденции. Выявлено, что показатели оценок экономического положения белорусского общества и собственного материального благополучия смещаются с нейтральных значений в сторону негативных.

Определяя своё место среди социальных категорий населения, большинство опрошенной молодёжи идентифицирует себя с людьми со средним достатком. Область актуальных проблем, больше всего затронувших молодёжь, определяется высокими тарифами на коммунальные услуги, ростом цен, низкой доступностью жилья, низким уровнем жизни, низким качеством здравоохранения, социальной незащищённостью. Данные проблемы отражают восприятие области основных «неудовлетворённостей», которые затрагивают непосредственную сферу жизнедеятельности индивидов.