

СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ МОЛОДЕЖИ

ПЕТРОВА Лариса Евгеньевна - кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Уральского государственного педагогического университета.

Научный инструментарий отечественной социологии претерпевает значительные изменения. Этот процесс, связанный с социальными трансформациями нашего общества последних лет, включает как переосмысление традиций в изучении социальных субъектов, так и привлечение новых эвристических ресурсов. К последним относятся обращение к теоретическим концепциям, которые были предложены в свое время другими дисциплинами или находились на периферии исследовательской практики.

Чертой многих современных исследований социальных процессов и явлений становится использование междисциплинарного подхода, в частности, социально-психологических понятий. Речь идет о "социальном настроении", "социальных перцепциях", "социальных чувствах" и, наконец, "социальном самочувствии". Указанные термины, выходя за рамки психологической плоскости рассмотрения, предполагают измерение не только психологических, но и социальных характеристик. Субъективное восприятие человеком собственной жизни перестало быть прерогативой только психологических исследований в силу существенного влияния объективных факторов, в значительной мере детерминирующих жизнедеятельность как отдельного индивида, так и социальных общностей. Эти обстоятельства во многом определили наш исследовательский выбор - обращение к анализу социального самочувствия молодежи. Мы решали как теоретические задачи, связанные с выявлением социологического смысла понятия "социальное самочувствие" и определением специфики подхода нашей науки к его изучению, так и практические - построение системы показателей, типологизацию социального самочувствия молодых, характеристику групп, полученных в ее результате, по объективным и субъективным параметрам.

Термин "социальное самочувствие" появился в отечественной социологии в середине 80-х годов и до сих пор активно применяется для анализа жизнедеятельности социальных субъектов. Но есть проблемы в его использовании для целей социологического анализа. Первая связана с практикой использования данного термина скорее интуитивно и метафорически - без серьезной теоретической и методологической базы, вторая — с "психологизацией" социального самочувствия, сведением его почти буквально к "чувству".

Выявление социологического смысла понятия "социальное самочувствие" и специфики социологического подхода к его изучению существенно облегчалось тем, что в отечественной и зарубежной социологии сложилась методологическая база для такого опреде-

ления. Речь идет о целом ряде публикаций, посвященных характеристике социально-психологических, субъективных феноменов и практике их использования в социологии.

Предпосылкой изучения социального самочувствия можно считать подход отечественных исследователей - психологов, философов и социологов - к общественному сознанию [1]. Отметим здесь же труды российских ученых начала XX в. В.М. Бехтерева, П.П. Викторова, Л.Н. Войтоловского и Л.И. Петражицкого [2], внесших свой вклад в рассмотрение социально-психологических феноменов, в частности, общественного настроения. Вышедшая в середине 60-х годов монография Б.Д. Парыгина "Общественное настроение" [3] до сих пор имеет методологическое значение, и при конструировании предствления о социальном самочувствии мы не раз обращались к ней.

В середине 80-х годов появились теоретические работы, посвященные непосредственно проблемам социального самочувствия и выполненные в русле концепции образа жизни [4]. Справедливо полагая, что жизненная ситуация индивида должна рассматриваться не только как непосредственная данность, т.е. с точки зрения ее объективных параметров, но и как данность опосредованная, т.е. с точки зрения ее восприятия и оценки субъектом, исследователи в качестве структурных единиц самочувствия рассматривали эмоции, чувства, настроения индивидов. Это, безусловно, ограничивало эвристические возможности исследования данного феномена. Когнитивно-мотивационные, рефлексивные механизмы оказывались вторичными по отношению к эмоциональной сфере. Рассмотрение в качестве внешних детерминант социального самочувствия характера и структуры жизнедеятельности субъекта, на наш взгляд, необоснованно ограничивает детерминационное поле столь сложного социального образования.

Следующее десятилетие - 90-е годы - было ознаменовано в отечественной социологии бумом эмпирических исследований. Термин "социальное самочувствие" стал употребляться непомерно часто и приобрел черты размытости, неопределенности. Популярность понятия, кажущаяся простота в его понимании привлекала многих, что способствовало активизации эмпирических исследований по этой теме. Большинство публикаций этого периода отмечены эмпиризмом, недооценкой комплексного характера социального самочувствия [5]. На этом фоне следует выделить исследование, проведенное под руководством д. филос. н., проф. Л.Я. Рубиной, методологической подход которой к изучению социального самочувствия мы разделяем [6].

Итак, в отечественной социологии судьба понятия "социальное самочувствие" оказалась не самой удачной, в то время как зарубежные исследования данного феномена (аналогом которого служит субъективное благополучие - subjective well-being) представляют собой значительный концептуальный пласт в обращении к субъективному состоянию общества и отдельных социальных групп [7].

Важным стал выход в свет работы Ж. Тощенко и С. Харченко "Социальное настроение", посвященной понятию, комплементарному по отношению к "социальному самочувствию" [8]. Авторы придерживаются мнения, что именно сознание и поведение людей в конкретно-исторической обстановке обуславливают появление и функционирование различных социальных структур, процессов и явлений общественной жизни. Такой взгляд открывает новые возможности для эвристического использования концепции социального самочувствия в изучении современного российского общества. Да и не только российского, как показывает вышедшая недавно работа украинских социологов Е.И. Головахи и Н.В. Паниной, посвященная интегральному индексу социального самочувствия [9].

Анализ сложившихся теоретических и методологических подходов к изучению социального самочувствия приводит к выводу о том, что это понятие может и должно иметь вполне определенное содержание в практике социологических исследований. Мы рассматриваем социальное самочувствие как интегральную характеристику реализации жизненной стратегии личности, отношения к окружающей действительности, субъективных ее сторон. Социальное самочувствие понимается как синдром сознания, отражающий соотношение между уровнем притязаний и степенью удовлетворения потребностей субъекта, которые представлены как когнитивные формирования. Мы склонны рассматривать социальное самочувствие как важный механизм рефлексивного социального знания, используемого агентами социального действия в организации социальной жизни.

Комплексный характер феномена социального самочувствия, присутствие в нем элементов неосознанных, латентных, с одной стороны, и результатов саморефлексии, с другой, диктует необходимость полидисциплинарного и политеоретического подхода к его изучению. Социологический подход опирается в первую очередь на когнитивные элементы социального самочувствия. В сознании личности мы не обнаруживаем оценки собственного

социального самочувствия. Думается, нельзя сводить исследование столь сложного феномена к прямым ответам респондентов. Его изучение можно назвать объективным анализом субъективных оценок. Это означает интерпретацию представлений респондентов о жизненных притязаниях, что включает ценностные ориентации, планы, ожидания и пр., а также степень их реализации (актуальный статус, удовлетворенность жизнью в целом, характеристика своих возможностей и т.д.). Таким образом, мы полагаем, что, в отличие от психологической традиции в исследовании социального самочувствия, в рамках которой последнее рассматривается в основном как эмоциональное состояние, социология должна делать акцент на изучении не ситуативных эмоциональных, а когнитивных составляющих сознания.

В социологическом подходе аккумулируются комплексные характеристики самочувствия, учитываются латентные психологические черты отношения к осуществлению жизненной стратегии личности. Роль социального самочувствия в поведении человека выражается прежде всего в его регуляторной функции: становясь мотивом поведения, самочувствие может выражаться в различных формах активности/пассивности личности. Это особенно важно, когда речь идет о социальном самочувствии молодежи, и особенно о молодых взрослых¹, у которых уже есть не только "материал" для рефлексии, но и шансы изменения, корректировки жизненной программы вполне реальны.

В исследовании социального самочувствия большое значение имеет как обращение к общему уровню самооценки, так и учет компонентных характеристик. В поколении молодых взрослых, в частности, значительную роль играют идентификационные механизмы, удовлетворенность местом работы и отношение к будущему. Социальное самочувствие, будучи сложным формированием, задействует множество процессов и механизмов сознания и деятельности личности, оказывающих на него влияние. Подчеркнем особую роль темпоральных характеристик и идентификации. Социальное самочувствие включает связь с прошлым, настоящим и будущим. Конкретные оценки также содержат корреляцию между самочувствием и временным фактором: оценка удовлетворенности жизнью в целом относится и к прошлому, и к настоящему. Такая установка проявилась и при анализе эмпирического материала. Представляется, что идентификация - важный фактор, влияющий на социальное самочувствие субъекта. Это объясняется механизмами социального и индивидуального сравнения и оценки. Цепочка факторов, определяющих характер социального самочувствия личности, выглядит следующим образом: мотивация, вырастающая из потребностей и интересов => идентификация в соответствии с ее направленностью => коммуникация => жизненная стратегия, из нее вырастающая => ее практическая реализация => сравнение результатов с группой идентификации => социальное самочувствие².

Построение системы показателей - необходимая часть исследования любого социального феномена, значение которой возрастает, если предстоит задача операционализации понятия высокой степени обобщения. Установление соответствия между понятием и его эмпирическими референтами часто не может быть реализовано "очевидным" способом. Это в полной мере относится к социальному самочувствию, и нам представляется важным привести результаты построения системы его эмпирических показателей.

Социальное самочувствие выступает как синдром сознания, отражающий отношение к взаимосвязи между уровнем притязаний (в основном определяемой содержательными характеристиками жизненной стратегии) и степенью удовлетворения смысловых потребностей (удовлетворенность реализованностью жизненной стратегии). И это касается различных областей жизнедеятельности субъекта - профессиональной, образовательной, семейной, досуговой, общения и пр. Приведем понятийные индикаторы, репрезентирующие содержание социального самочувствия в конкретном исследовательском проекте³ (см. табл.).

¹ Термин "молодые взрослые" заимствован из исследований М. Розенберга 60-х годов и отражает маргинальное положение этой социально-демографической группы.

² Автор выражает благодарность д. филос. н., проф. Е.С. Баразговой за помощь и поддержку в осмыслении результатов исследования, в частности, прояснении взаимовлияния интеграции и социального самочувствия.

³ Международный лонгитюдный проект "Пути поколения" (руководители: доктор филос. наук, профессор М.Х. Титма, доктор филос. наук, профессор Л.Я. Рубина). В анализе использовались результаты стандартизированного интервью с 1674 жителями Свердловской области, родившимися в 1965—1967 гг. В Свердловской области в 1989 г. эта когорта составляла 184,2 тыс. чел. (4% населения, в том числе 2% сельского, 4% - городского населения).

Понятийные индикаторы социального самочувствия

Показатели	Понятийные индикаторы
"Уровень притязаний"	Жизненная ориентация; Ценностные ориентации трудовой деятельности; Ценности учебной деятельности; Ценности семьи; Ценности общения и досуговой деятельности; Субъективная оценка характеристик успеха
"Характеристики активности субъекта"	Грудоспособность; Адаптивная деятельность; Конкретные шаги по реализации жизненной программы
"Идентификационная стратегия"	Характеристики референтной группы; Характеристика возможностей в сравнении с представителями своей возрастной когорты; Степень доверия социальным институтам; Институт помощи
"Удовлетворенность реализацией жизненной стратегии"	Удовлетворенность работой; Удовлетворенность семейной карьерой; Удовлетворенность вещной средой
"Временные характеристики"	Отношение к изменениям; Планирование важнейших событий;
"Объективные детерминирующие факторы"	Среда выхода; Статус субъекта социального самочувствия

Используя указанные показатели, дополнив анализ эмпирическими индикаторами социального самочувствия, мы агрегировали несколько переменных, с помощью которых произвели характеристику социального самочувствия молодых взрослых. Создание дополнительных переменных и результаты факторного и корреляционного анализа помогли произвести типологию социального самочувствия молодых взрослых в трудовой сфере жизненной реализации - типологические группы, названные нами: "карьера", "мобилизация", "стабильность", "негативные ожидания", "альтернативная реализация". В семейной сфере мы зафиксировали четыре типа социального самочувствия - "критический", "проблемный", "стабильный" и "позитивный". Характеризуя типологические группы социального самочувствия молодых взрослых по их поведению в трудовой и семейной сферах, следует сказать, что на наполнение каждой из них в неодинаковой степени влияют факторы ориентации на достижение (образование, доход, положение на рынке труда, социальная страта и пр.), аскриптивные (пол, среда выхода), жизненного цикла (семейный статус, наличие детей, тип населенного пункта и пр.), а также ресурсные (характеристики активности субъекта).

Тип социального самочувствия *в трудовой сфере*, получивший название "**карьера**", составил 6% массива. Вошедшие в эту группу рассчитывают на продвижение по службе, карьерный рост и пр. Явно видна тенденция к переменам, их интенсивности, активности любых действий по преобразованию имеющихся ресурсов. Фиксируется представление о стабильности благополучного существования, об отсутствии негативных перспектив.

В типе "**мобилизация**" (18%) ожидание перемен сочетается с представлением о путях решения возникающих проблем - поиском нового рабочего места, гибкостью в его выборе и пр. Интенсивность предполагаемых перемен не такая, как в типе "карьера", но явны благоприятные тенденции в оценке своего прошлого, нынешнего состояния и будущего положения дел. Активность представителей этого типа действительно может быть названа мобильностью или гибкостью.

Типы самочувствия "**карьера**" и "**мобилизация**" рассматриваются как позитивные. Отмечается, что в этих группах преобладают респонденты, чьи родители имеют высокий образовательный и профессиональный статус, сами респонденты также имеют высокий

уровень образования и стоят в служебной иерархии, как правило, наверху. Доход в этих группах превышает средний уровень. Представители мобильного типа часто работают в традиционных для Свердловской области отраслях тяжелой промышленности, но их характеризует ожидание перемен; отношение к будущему позитивное. Представлены высокие самооценки жизненного успеха.

"Стабильность" (33%) - средний тип, для представителей которого потеря нынешнего рабочего места маловероятна, так же как и занятие предпринимательством и карьерный рост. Ожидание перемен - минимальное, но в случае возникновения проблем имеются пути решения - смена работы, специальности. Это позволяет оценить данный тип именно как средний, без рецидивов негативного самочувствия. Стабильный тип самочувствия включает по преимуществу выходцев из среды рабочего класса, из малых городов и сел. Доход в этой группе средний, мобильность низкая - респонденты работают по специальности, но профессиональный статус не меняется. Здесь много тех, кто работает в промышленности, но не в тяжелой. Самооценка успеха в жизни - средняя, часто под ним понимается материальный успех без профессиональной реализации. Ожидание перемен в жизни минимальное.

Тип **"негативные ожидания"** (6%) - это предполагаемая потеря работы, отсутствие шансов найти новую, а также возможностей и желания заняться бизнесом, факт ожидаемой или реальной безработицы, отсутствие в перспективе позитивных изменений. Можно сказать, что представители этого типа боятся перемен, и страх основан на неуверенности в том, что с новыми трудностями можно будет справиться. В негативном типе самочувствия фиксируется традиционная занятость - наемный труд, работа по специальности, не требующей квалификации, средний или низкий доход. Представители этой группы в основном живут в средних и малых городах, в Екатеринбурге представителей этого типа крайне мало.

"Альтернативная реализация" (14%) - группа, объединяющая тех, кто предполагает активность не в трудовой, а, скорее, в семейной сфере. Это касается и реального положения дел, и перспективы. Здесь реакцией на изменившуюся ситуацию с работой может стать отказ от профессиональной реализации вообще. В группу в основном вошли те, чьи родители имеют высокий образовательный и профессиональный статус. Респонденты (в основном, женщины, имеющие супруга и детей) работают по специальности, не требующей образования, как правило, со средним профессиональным статусом - служащие, работники сферы услуг, госбюджетных организаций. Доход - средний. Ожидание максимальных перемен означает ориентацию на перемену статуса - смену занятия, места работы, вообще отказ от профессиональной реализации.

Типология самочувствия *в семейной сфере* также свидетельствует о наибольшей представленности **стабильного** (70%) типа. В нем больше респондентов, имеющих среднее образование, проживающих в средних и малых городах. Материальный статус семьи - средний, перемен не ожидается. Самооценка успеха также средняя, в отношении удовлетворенности жизнью в целом - средние оценки, несколько смещенные в позитивную сторону.

Кризисный (2%) и **проблемный** (9%) типы в семейной сфере жизнедеятельности могут быть охарактеризованы как типы негативного самочувствия. *Кризисный* включает тех, чьи родители имели низкий образовательный статус, мобильность крайне низкая, перемен не ждут, самооценки жизни - отрицательные. *Проблемный* распространен среди предпринимателей, здесь также негативные самооценки жизни в целом. Наполненность данных групп свидетельствует о взаимовлиянии самочувствия в трудовой и семейной сферах, самочувствие в трудовой сфере пролонгируется в семейной и наоборот.

Позитивный (18%) тип самочувствия представлен в основном теми, кто живет в селе, поселках городского типа и малых городах. Эти люди работают на промышленных предприятиях и оценивают свою жизнь как сложившуюся вполне удачно, негативные самооценки успеха практически отсутствуют.

Процесс детерминации социального самочувствия мы рассматривали с позиций социологического анализа, что означает учет статуса респондента, показателей его активности, отношения к реализации жизненной стратегии, основанного на когнитивных оценках. Наибольшее влияние на тип социального самочувствия, как показала наша работа, оказывают "достижительские" характеристики респондента: уровень образования, уровень дохода, положение на рынке труда (включающее тип занятия, профессиональный статус, отрасль).

Далее по значимости идут факторы, характеризующие идентификационную стратегию

человека и его активность: соотношение профессии и полученного образования; профессиональная мобильность; самооценка жизненного успеха; ожидание перемен в жизни.

Факторы жизненного цикла, такие как семейный статус, наличие детей, местожительство, оказываются значимыми только в совокупности с использованием субъективных самооценок (удовлетворенность жизнью в целом и семейной жизнью, планирование событий и пр.).

Аскриптивные характеристики, прежде всего, среда выхода (образование и профессиональный статус родителей, наличие собственности в родительской семье, пол, состояние здоровья и пр.), непосредственно не влияют на тип самочувствия. Отсутствие прямой связи свидетельствует о том, что в конкретном типе социального самочувствия мы обнаруживаем влияние ролевого комплекса: не просто "все женщины попадают в группы негативного самочувствия" или "уровень образования родителей влияет на профессиональный статус"; дело здесь в сочетании, комплексе разных характеристик, которые в результате дают определенный эффект, положительный или отрицательный, в силу чего человек оказывается удовлетворенным своей жизненной карьерой или оценивает жизнь негативно.

Результаты, полученные в нашем исследовании, лишь фрагмент осмысления такого сложного феномена, как "социальное самочувствие". Работа в этом направлении должна быть продолжена как в поиске адекватной методологической конструкции, так и углублении анализа эмпирических данных.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. См., например: *Грушин Б.А.* Массовое сознание. Опыт определения и проблемы исследования. М., 1987; *Келле В.Ж., Ковальзон М.Я.* Формы общественного сознания. М., 1959; *Леонтьев А.М.* Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975; *Спиркин А.Г.* Сознание и самосознание. М., 1970 и др.
2. *Бехтерев В.М.* Объективная психология. М., 1991; *Викторов П.П.* Учение о личности и настроениях. М., 1904. Вып. 2; *Войтоловский Л.* Текущий момент и текущая литература. (К психологии современных общественных настроений). СПб., 1908; *Петражицкий Л.И.* Введение в изучение права и нравственности. Основы эмоциональной психологии. СПб., 1908 и др.
3. *Парыгин Б.Д.* Общественное настроение. М., 1966; а также: *Парыгин Б.Д.* Основы социально-психологической теории. М., 1971.
4. См.: *Барская О.Л.* Социальное самочувствие: методологические и методические проблемы исследования: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 1989; *Левыкин И.Т.* Проблема нового концептуального подхода к изучению образа жизни // Актуальные проблемы нового подхода к изучению социалистического образа жизни. М., 1988. Вып. 1; *Лулева О.В.* Самочувствие личности в производственном коллективе // Эмоциональные потенциалы коллектива: Межвуз. сб. науч. тр. Ярославль, 1977. Вып. 50 и др.
5. См., например: *Давыдова Е.В.* Измерение социального самочувствия молодежи. М., 1992; *Дубин Б.В.* Социальное самочувствие // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1993. № 5; *Дубченко О.Н., Мытиль А.В.* Социальная идентификация и адаптация личности // Социол. исслед. 1995. № 6; Социальное самочувствие молодежи (опыт регионального социологического мониторинга). Тула, 1995.
6. *Рубина Л.Я.* Профессиональное и социальное самочувствие учителей // Социол. исслед. 1996. № 6.
7. *Andrews F.M., Inglehart R.F.* The Structure of Subjective Well-being in Nine Western Societies // Social Indicators Research. 1979. Vol. 6; *Andrews F.M., Withey S.B.* Social Indicators of Well-Being: America's Perception of Life Quality. N.Y., 1976; *Diener E.* Subjective Well-Being // Psychological Bulletin. 1984. № 95; *Heady B.* An Economic Model of Subjective Well-Being: Integrating Economic and Psychological Theories // Social Indicators Research. 1993. № 28.
8. *Тощенко Ж.Т., Харченко С.В.* Социальное настроение. М., 1996. См. также: *Тощенко Ж.Т.* Новые грани теоретической социологии: социальное настроение как объект социологического анализа // Проблемы теоретической социологии. Сб. статей. / Под ред. А.О. Бороноева. СПб., 1996. Вып. 2.
9. *Головаха Е.И., Панина Н.В.* Интегральный индекс социального самочувствия (ИИСС): конструирование и применение социологического теста в массовых опросах. Киев, 1997.