

Л.П. Галич  
кандидат социологических наук, доцент кафедры политологии и права

## ТИПОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОГО САМОЧУВСТВИЯ МОЛОДЕЖИ: СТАТИСТИЧЕСКИЙ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Трансформационные процессы, затронувшие все сферы белорусского социума, усилили научную и практическую значимость проблемы социального статуса молодежи, ее становления, формирования жизненных приоритетов и ожиданий. Особую актуальность в условиях переходного общества приобретает изучение социального самочувствия молодежи, которое формируется в зависимости как от ее положения в социуме, особенностей социализации, социально-психологических качеств, так и под воздействием объективных факторов - социально-экономической, политической и духовной ситуации в стране. Ценностные ориентации, установки, социальное самочувствие и настроения молодых людей во многом определяют их участие и вклад в развитие общества, поддержание общественного порядка и стабильности. Республика Беларусь вовлечена в мировые процессы, следовательно, некоторые этапы «общества риска» присутствуют и в нашем социуме. Невысокий уровень жизни, социальное неравенство, угроза безработицы, необходимость поиска путей выживания в новых условиях - все это неизбежно воздействует на социальное самочувствие населения в целом и молодежи в частности, что может привести к зарождению и распространению в общественном сознании беспокойства, напряженности, алармизма и пессимизма.

Негативные формы социального самочувствия молодого поколения, подверженного в большей степени влияниям СМИ и улицы, часто рождаются по причине рассогласования между притязаниями и реальными перспективами самореализации индивида. В этой связи возникает необходимость взаимодействия социологов и специалистов по работе с молодежью для определения механизмов регулирования социального самочувствия молодых людей в целях его оптимизации. Мониторинг социального самочувствия разных групп молодежи позволит выявить распространенность девиантных настроений в молодежной среде, лежащих в основе общественных беспорядков. Как показывает социальная практика, именно позитивное социальное самочувствие молодежи обуславливает ее просоциальную активность (лат. pro - приставка, обозначающая действие в интересах кого-либо и socialis - общественный); низкий же его уровень приводит к ориентации определенной части молодежи на протестные поведенческие стратегии.

Учитывая то, что организаторы массовых выступлений ориентируются, прежде всего, на молодежь как главного участника протестных акций, возникает потребность выработки у молодых людей иммунитета к разного рода манипулятивным воздействиям путем перестройки информационно-разъяснительной работы с учетом социопсихического состояния тех или иных категорий современной молодежи. Существует

также необходимость в усилении профилактики девиантности, аномийных расстройств, выявления социальных и психологических источников контркультурных проявлений в молодежной среде, таких как «анархисты», «эмо», «готы», «панки», «сатанисты» и др. Молодежь, особенно переходных возрастов, нуждается не только в социальной защите и реализации прав на образование, трудоустройство и т. д., но и в социальной, психологической поддержке; юридическом и правовом консультировании; гражданском, патриотическом и духовно-нравственном воспитании.

Молодежная политика современной Беларуси характеризуется значительными достижениями в сфере образования, поддержки молодых семей и развития детских дошкольных учреждений, в социальной защите и трудоустройстве молодежи. Вместе с тем социальное самочувствие современной молодежи носит диффузный характер, поскольку в ситуации улучшения общественных условий жизни, наряду с преобладающими положительными формами социального самочувствия, в молодежной среде наблюдаются и протестные, пессимистичные, алармистские настроения, приводящие к росту протестного потенциала, реализация которого выступает угрозой устойчивости и порядка в социуме. Гносеологическая сторона проблемной ситуации заключается в фрагментарности исследований социального самочувствия, в разночтении его толкования и методики изучения данного феномена. Это указывает на недостаточную разработанность категории социального самочувствия и ее предметного поля, а также унифицированной методики, позволяющей осуществлять сравнение динамики социального самочувствия молодежи. Кроме того, отсутствует концептуальная модель социального самочувствия, учитывающая системный характер изучаемого явления, взаимообусловленность компонентов и механизмы его регулирования.

Анализ работ белорусских, российских и украинских социологов, посвященных проблематике социального самочувствия и смежных его понятий, позволил определить, что изучение данного феномена осуществляется в нескольких направлениях, взаимодополняющих друг друга:

1. Рассмотрение социального самочувствия в контексте реформирования общества, трансформаций и инноваций, происходящих в современных социальных условиях. В данном случае социальное самочувствие понимается как реакция населения на социальные преобразования. В этой связи приведем работы украинских социологов Е. Головахи и Н. Паниной, которые исследовали социальное самочувствие с точки зрения обобщенной оценки восприятия ими собственного благополучия в основных сферах социальной жизнедеятельности, решающего критерия определения направленности общественных перемен [1, с. 11].

2. Изучение социального самочувствия как интегральной характеристики реализации жизненной стратегии личности, отношения к окружающей действительности, субъективных ее сторон осуществлялось российским социологом Л.Е. Петровой. В данном случае изучаемая категория

рассматривается в качестве элемента сознания, отражающего соотношение между уровнем притязаний и степенью удовлетворения потребностей субъекта, который используется агентами социального действия в организации социальной жизни. Социальное самочувствие интерпретируется сквозь призму удовлетворенности реализованностью жизненной стратегии относительно различных областей жизнедеятельности субъекта - профессиональной, образовательной, досуга, общения и т. д. [2, с. 50-51].

3. Определение тендерных различий в трансформации жизненных установок, ценностных систем, социальных предпочтений и возможных средств самозащиты различных категорий женщин и мужчин с точки зрения их социального самочувствия как целостной характеристики восприятия действительности с позиции определенной ценностной установки в динамичной социокультурной среде [3, с. 48]. В этом направлении работали российские социологи О.А. Хасбулатова и Л.С. Егорова.

4. Рассмотрение Л.Е. Душацким социального самочувствия осуществлялось в контексте политической и экономической стратификации общества, то есть в связи с властным ресурсом и богатством (экономическим ресурсом). Социолог подчеркнул, что отраженные в самооценке ощущения той или иной степени власти или материальной состоятельности выступают важнейшими составляющими социальной комфортности субъекта. Социальное самочувствие исследовалось как ощущение человека, отражающее степень его удовлетворенности своим положением в том или ином сообществе с точки зрения рассмотрения веса (значимости) власти и богатства в качестве ценностных критериев индивида [4, с. 64-65].

2. Анализ социального самочувствия как результата адаптации населения к новым условиям жизни, определяемая уровнем образования, характером межличностных отношений, состоянием здоровья и личностными качествами. В данном направлении работают белорусские социологи - Л.В. Филинская, Л.А. Соглаева. Под социальным самочувствием они понимают эмоционально-психологическое восприятие своей жизни в целом, а также реализацию жизненных целей и перспектив развития в изменяющейся социокультурной среде. Исследователи рассматривают самочувствие различных категорий населения в динамической плоскости белорусского общества [5].

Социологическая модель социального самочувствия представляет собой систему элементов, находящихся в определенных взаимоотношениях, изучение которых является средством получения информации о социальном самочувствии, и выступающих как упрощенное его представление в качестве социально-психологического образования и/или протекающих в нем процессов и способов его формирования. Разработанная модель отражает: 1) структуру социального самочувствия, состоящую из четырех компонентов - когнитивного, эмотивного, конативного (поведенческого) и эвалюативного (оценочного); 2) связи и взаимозависимости компонентов; 3) центрирующую

роль эвалюативного компонента; 4) динамический характер, обусловленный как личностным ростом субъекта, так и изменяющимися условиями жизни; 5) результирующий характер конативного компонента; 6) внутренние и внешние механизмы формирования социального самочувствия.

В модель социального самочувствия, как было описано, входит структура, состоящая из четырех компонентов: когнитивного, эмотивного, конативного и эвалюативного. Каждый из них презентуется определенными взаимодополнительными индикаторами. Согласно модели, элементы социального самочувствия связаны друг с другом и находятся в отношении взаимозависимости. Эмоциональные оценки жизненной ситуации (эмотивный компонент) формируются, с одной стороны, на основании знаний, информированности респондентов о процессах, происходящих в разных сферах общества, которые в свою очередь определяют оценки благополучия социума и собственного положения в нем (когнитивный компонент). С другой стороны, характерологические особенности респондентов, их социальные качества, составляющие эвалюативный компонент, также сказываются на настроении, индивидуальном самоощущении и удовлетворенности жизнью. Это объясняет то, что именно для респондентов с положительными ответами на вопрос об экономическом положении Беларуси и семьи со сравнительно высоким уровнем жизненного терпения и оптимизма характерны позитивные настроения, хорошее самоощущение и удовлетворенность жизнью. И, наоборот, алармистские настроения (опасения, беспокойства, тревоги, напряжение) явились следствием негативного восприятия настоящего и будущего.

Отметим, что эмпирическую базу составили материалы Республиканского социологического исследования «Социальное самочувствие и ожидания населения Беларуси», проведенного при участии соискателя в июне-июле 2009 г. в рамках плановой темы отдела социологии инноваций Института социологии НАН Беларуси «Социальные инновации - источник устойчивого развития белорусского общества: человеческий и организационный потенциал» (объем выборки составил 2068 чел., в том числе 597 респондентов в возрасте 16–31 года; данная группа является репрезентативной для генеральной совокупности, в ней пропорционально представлены регионы, пол, образование в соответствии с численностью молодежи Беларуси); материалы проведенного автором социологического исследования, осуществленного в рамках гранта НАН Беларуси в 2010 г. «Социальное самочувствие молодежи как фактор общественной стабильности» (объем выборки составил 150 чел.). Для осуществления анализа динамики, основных показателей социального самочувствия белорусской молодежи автором использовались данные республиканских мониторингов Института социологии НАН Беларуси 2011 и 2012 гг. (выборка - 2100 чел., из них молодежь в возрасте 16-31 года - 600 человек).

На первом этапе использовался факторный анализ для группировки схожих по смыслу показателей социального самочувствия. Для этого осуществлялась процедура стандартизации значений наших переменных.

Итак, значения переменных будут изменяться от -2 до 2, где стремление к 0 - нейтральное значение переменной; все, что находится в отрицательной области - относится к негативным значениям показателей социального самочувствия; все, что в области положительных значений - свидетельствует о позитивном типе. Следующим шагом в интерпретации результатов факторного анализа является рассмотрение результирующей ротированной матрицы факторных коэффициентов, представленных в таблице 1. Данные таблицы являются основными составляющими факторного анализа. В них отражаются результаты классификации переменных по факторам. В нашем случае с помощью автоматического метода определения количества факторов (на основании характеристических чисел больше 1) была построена практически приемлемая факторная модель, в которой удалось однозначно классифицировать наши переменные по небольшому числу факторов (2). Данный результат может считаться хорошим.

Применение факторного анализа позволило выявить, что у молодежи при оценке социального самочувствия тесно связаны следующие переменные (индикаторы социального самочувствия): настроение, индивидуальное самоощущение, удовлетворенность жизнью и материальное благополучие семьи, с одной стороны, и экономическое положение семьи и страны, личный и общественный оптимизм, жизненное терпение, с другой. Таким образом, было выявлено два фактора: в первый вошли составляющие эмотивной сферы социального самочувствия (назовем его эмотивным фактором), за исключением оценок экономического положения семьи; второй составили показатели когнитивного и эвалюативного компонентов (когни- тивно-эвалюативный фактор) (таблица 1).

Таблица 1. – Результаты факторного анализа, примененного к 8 показателям социального самочувствия

Набор переменных	Образовавшиеся компоненты	
	1	2
Оценки оптимизма в отношении развития страны	,848	
Оценки оптимизма в отношении будущего семьи	,823	
Оценки экономического положения Беларуси	,675	
Оценки терпения	,519	
Оценки экономического положения семьи	,496	,478
Оценки настроения		,812
Оценки удовлетворенности жизнью		,802
Оценки индивидуального самочувствия		,793

Далее возникла необходимость в определении того, в каких отношениях находятся названные показатели, содержащиеся в первом и втором факторах по каждому респонденту. Воспользуемся методом кластерного анализа, который позволит узнать число респондентов,

вошедших в каждую из четырех выдвинутых нами групп. В ходе исследования получены следующие результаты (рисунок).

Применение кластерного анализа позволило выявить основные типы социального самочувствия современной молодежи. Типология социального самочувствия основана на значениях (положительных, отрицательных и их сочетании) измеряемых показателей (эмотивной и когнитивно-оценочной) социального самочувствия, приписываемых респондентам, и включает позитивный, негативный и противоречивый типы. К типу социального самочувствия относятся обладающие схожими и близкими значениями формы восприятия и оценки условий бытия социума, удовлетворенности жизнью и перспектив ее улучшения, терпения и оптимизма.

Итак, как следует из рисунка и таблицы 2, 34,5 % респондентов имеют двойные плюсы («++»), поскольку находятся в области положительных значений показателей как по когнитивно-оценочной так и по эмотивной шкалам (факторам).

