

Проблема детерминации общественной активности россиян

Купрейченко Алла Борисовна

д.пс.н.

**профессор кафедры организационной психологии
ВШЭ,**

**вед.н.с. Центра исследования гражданского общества и некоммерческого сектора, лаборатории социальной и экономической психологии ИП РАН,
член Европейской ассоциации организационной психологии и психологии труда (EAWOP)**

Детерминация социальной активности:

- экономические факторы (уровень ВВП на душу населения; стратификация населения по уровню дохода; динамика экономического развития; распределение трудового потенциала по отраслям и видам занятости, а также степень его использования и т.д.);
- социальные и правовые факторы (степень развития социальных институтов, регулирующих общественную активность (включая СМИ), законодательное регулирование тех или иных ее форм; принадлежность к определенной социально-демографической группе и т.д.); этно-культурные и религиозные факторы (менталитет различных сообществ, включая социальное доверие, а также укорененность в их правилах и традициях некоторых форм общественной активности и т.д.),
- психологические факторы (в первую очередь – базовое доверие и отношение к другим людям, осознание своего места в обществе и гражданская позиция, а также нравственность, конформность, оптимизм, степень осведомленности о возможных формах общественной активности, отношение к ним, представления об отношении окружающих к социально активным людям, и т.д.).

Их воздействие можно условно разделить на стимулирующие социальную активность и сдерживающие ее (барьеры).

Например, несформированность социальных институтов, регламентирующих, организующих и регулирующих общественную активность, а также утрата традиций или кризисное состояние экономики могут существенно снизить готовность к социальной активности у значительного процента населения.

Для нас концептуально важным является положение о том, что психологические факторы преломляют воздействие на готовность к социальной активности всех остальных, поскольку включенность в эту активность является добровольной.

- Соответственно, психологические факторы играют важную роль в ряду стимуляторов социальной активности, но также и ее барьеров.
- Готовность к ней снижают мизантропия, эгоизм, опасения неодобрительного отношения к общественно активным людям со стороны окружающих, недостаточная осведомленность о возможных формах этой активности, низкое социальное доверие и т.д.
- Повышают эту готовность альтруизм, выраженная гражданская позиция, субъективное экономическое благополучие.

- В этой связи представляет интерес изучение готовности к социальной активности и ее детерминации у представителей социальной группы, которая традиционно рассматривается в качестве основы стабильности и развития общества. Речь идет о среднем классе и его отдельных подгруппах.
- Теоретико-эмпирический анализ показывает, что средний класс, как особая социальная группа отличается специфическим образом жизни, системой ценностей и ролью в обществе (Андреев, 2007; Бавин, 2006; Горюнова, 2008; Дилигенский, 2002; Заславская, Громова, 1998; Попова, 2005; Седова, 2007; Тихонова, 2007; Хахулина, 1999 и др.).
- Ранее нами уже было показано (Купрейченко, Моисеев, 2008, 2011), что особая социальная позиция среднего класса выражается в позитивном отношении к социальной (общественной) активности.

- В ходе серии эмпирических исследований, как авторских (Купрейченко, Моисеев, 2008, 2011), так и выполненных в Центре исследования гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ (массовом опросе населения по общественной активности) были выявлены особенности общественной (социальной) активности различных подгрупп и психологических типов представителей среднего класса.
- Выборка - 397 респондентов, проживающих в Москве и Московской области в возрасте от 17 до 69 лет. Программа исследования включает следующие содержательные блоки: Блок самооценки экономического статуса, его индикаторов, уровня и динамики; Блок ценностей - методика «Базовые ценности и антиценности россиян»; Блок самооценки социальной активности - авторский методический прием изучения готовности к социальной активности; Блок оценки социально-экономических характеристик - методика определения среднего класса Института социологии РАН (Тихонова, 2007; Горюнова, 2008); Блок оценки удовлетворенности различными сферами жизни - авторский методический приём изучения удовлетворенности различными сферами жизни; Блок стратегий преодоления стрессовых ситуаций - Опросник SACS в модификации Н.Е. Водопьяновой, Е.С. Старченковой.

- В ходе массового опроса населения по общественной активности установлено, что
 - к «нижнему» среднему классу относят себя 36% респондентов,
 - к «среднему» среднему классу – 56%,
 - К «высшему» среднему классу – 4%.
-
- В подгруппе «высшего» среднего класса отмечено некоторое преобладание мужчин, больше молодежи 18-30 лет и меньше людей старше 46 лет.
 - В то же время, по сравнению с другими, в подгруппе «среднего» среднего класса – несколько меньше людей со средним и больше – с высшим образованием.
 - Чем выше статус тем, чаще респонденты пользуются интернетом – практически каждый день это делают 25% представителей «нижней», 40% «средней» и 53% «высшей» подгруппы среднего класса.

- Для «нижнего» среднего класса менее значимы права и свободы граждан, включая право на труд, образование, и хорошо оплачиваемую работу по специальности, но более значимо право на социальное обеспечение в старости и бесплатную медицинскую помощь.
- При этом «верхний» средний класс считает, что сегодня права и свободы соблюдаются в стране лучше, чем 2-3 года назад (8%, 15%, 21%). Он также считает, что наука, культура, здравоохранение и социальное обеспечение в нашей стране находятся в лучшем состоянии, чем думают «нижний» и «средний» и реже считают, что в России неизбежны острые социальные конфликты. Он чаще испытывает гордость за свою страну и ожидает улучшения жизни в стране, реже испытывает обиду за страну и ожидает ухудшения жизни в ней. «Верхний» средний класс более счастлив и удовлетворен большинством сфер своей жизни.

- В целом с переходом на более высокую степень субъективного экономического статуса у представителей среднего класса возрастает процент тех, кто:
 - - считает что среди окружающих его людей больше сплоченности (50% - нижняя подгруппа, 62% - средняя, 5% - высшая),
 - - относит себя к людям, способным объединяться с другими ради совместных целей (56, 68, 75),
 - - в течение последнего года организовывал коллектив для решения своей или чужой проблемы (4, 6, 10),

- - считает, что сейчас среди окружающих его людей готовность помогать друг другу встречается часто (34, 33, 44).
- - считает, что сегодня в России права граждан на создание самостоятельных обществ, союзов, объединений, представляющих и отстаивающих права и интересы граждан, реализуются удовлетворительно (28, 34, 39),
- - в целом удовлетворительно оценивают сегодня вклад общественных, негосударственных некоммерческих организаций в решение социальных проблем в нашей стране (34, 46, 49),

- - чаще доверяю всем общественным, некоммерческим организациям и инициативам (8, 8, 14),
- - считают, что общественные, некоммерческие организации и инициативы должны помогать властям в их планах и начинаниях (12, 15, 28),
- - считают, что власти должны создавать благоприятные условия для деятельности всех без исключения общественных, некоммерческих организаций и инициатив (18, 24, 31)
- - считают, что сейчас государство занимает правильную позицию в отношении общественных, некоммерческих организаций и инициатив (20, 23, 36).

- Кроме того, представители «верхнего» среднего класса реже не знают и не слышали ни о каких общественных, некоммерческих организациях и инициативах в нашем городе (селе, посёлке) (22, 18, 13).
- «Средний» средний класс опережает другие подгруппы по частоте ответа – в течение последнего года участвовал(-а) в субботниках, мероприятиях по благоустройству подъезда, двора, города (села, посёлка) (24, 29, 25).

- Имеются некоторые различия в уровне доверия различным общественным организациям и представлениях о их роли в обществе. Например, «верхний» средний класс чаще доверяет садовым товариществам и правозащитным организациям, а «средний» - ветеранским объединениям и организациям защиты прав потребителей.
- Важно, однако, что по большинству показателей *участия в общественной активности* не выявлено значимых различий между подгруппами среднего класса.

- Полученные данные демонстрируют различия в мировоззрении, образе жизни и гражданской позиции различных подгрупп среднего класса. Эти результаты могут быть дополнены данными психологического исследования.
- В исследовании А.Б. Купрейченко и А.С. Моисеева (2008, 2011) было установлено, что причисление себя к одной из трех подгрупп среднего класса (нижней, средней или верхней) связано с различиями по многим переменным социального самоопределения. В их числе: значимость различных сфер жизни и удовлетворенность ими; ожидания и цели, а также самооценка собственных возможностей их достижения; субъективные критерии социальной и экономической категоризации, принимаемые и отвергаемые ценности.

- Представители «нижнего» среднего класса сопротивляются сложным внешним условиям, пытаются сохранить и усилить своё социальное положение. Для них характерна социальная активность в сфере семьи.
- Социальное самоопределение представителей «среднего» среднего класса направлено на консервацию своего социального положения. Их социальная активность проявляется в работе.

- Социальное самоопределение «верхнего» среднего класса можно охарактеризовать как позитивное, оптимистичное, ориентированное и на личные интересы (самореализацию и развитие), и на социальные ценности и благополучие страны. Их социальная активность направлена на изменение общества. Важно, что уровень дохода, не является ключевым фактором идентификации представителей различных подгрупп среднего класса. Это ещё раз убеждает в том, что изучается фактически субъективный (психологический) феномен.

- Считают себя социально активными примерно половина представителей подгрупп «нижнего» и «среднего» среднего класса. В подгруппе представителей «верхнего» среднего класса 76% считают себя социально активными, а 24% - так не считают.
- Выявленные различия демонстрируют особенности социальной позиции представителей отдельных подгрупп среднего класса, их основные жизненные ориентиры и направления настоящей и будущей социальной активности.
- В целом, с ростом субъективного социального статуса у представителей среднего класса мотивация и направленность социальной активности трансформируется от личной (сфера семьи) к общественной (работа, общество в целом).

- Для более глубокого анализа психологической детерминации социальной активности нами были выделены при помощи кластерного анализа по методу K-means 4 типа социального самоопределения представителей современного городского среднего класса (Купрейченко, Моисеев, 2008, 2011). Критериями выделения типов выступала значимость различных сфер жизни и направлений жизнедеятельности (рис. 1).

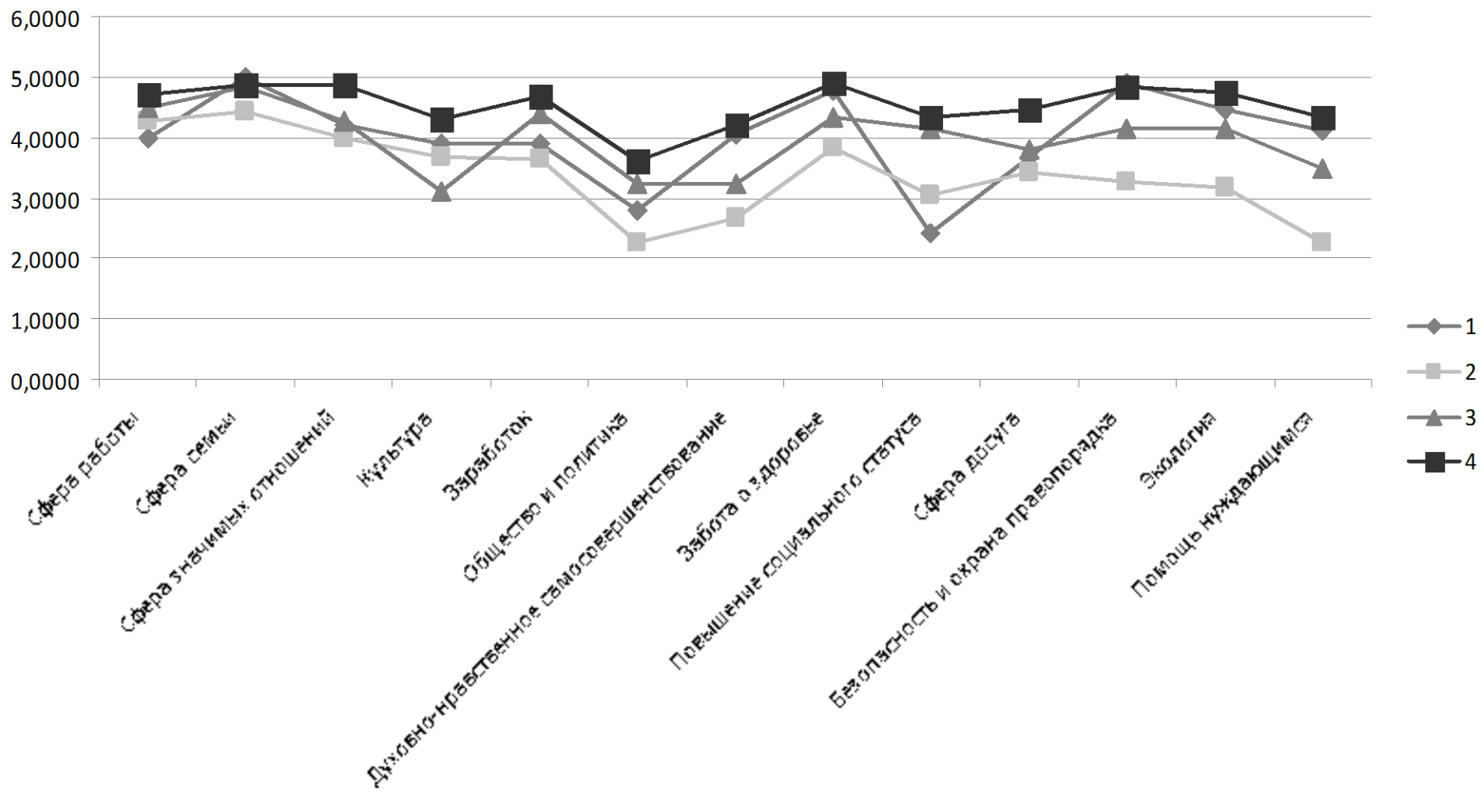


Рисунок 1. Различия типов социального самоопределения по критерию значимости сфер жизни и направлений жизнедеятельности

Обозначения:

- 1 – Тип «Ориентированный на семью»
- 2 – Тип «Отстраняющийся от общества»
- 3 – Тип «Ориентированный на статус»
- 4 – Тип «Демонстративный»

- В ходе анализа было установлено, что полученные психологические типы различаются по критериям «интенсивности» социального самоопределения, а также по критерию «направленности» социального самоопределения.
- Социальное самоопределение первого типа **ориентировано на семью**. Семья имеет абсолютную ценность, так как среди представителей данного типа не нашлось респондентов, не отметивших максимальную значимость этой личной ценности и этой сферы жизни. Повышение социального статуса и общество и политика представителей этого типа нисколько не интересуют, однако безопасность и охрана правопорядка в обществе для них крайне важны, так как только в этом случае их близким не будет ничто угрожать. Направленность на семью также выражается в высокой заботе о здоровье.

- Социальное самоопределение второго типа характеризуется **отстранённостью от социума**. Социальные ценности для них менее значимы, «антиценности» - менее неприемлемы. Поскольку для представителей этого типа получены высокие, по сравнению с другими типами, значения по шкалам стратегий совладающего поведения «непрямые действия» и «асоциальные действия», то можно предположить, что подобная отстранённость является защитным механизмом, помогающим преодолевать сложные ситуации. По всей вероятности, эти респонденты скорее приспособятся к условиям общества, нежели активно отстаивают своё место в нём.

- **Социальное самоопределение третьего типа ориентировано на материальный успех и высокое социальное положение.** Успех в жизни понимается как повышение социального статуса и высокий заработок. Культура и духовно-нравственное самосовершенствование не слишком волнует этих людей, так как эти сферы, с их точки зрения, не только не связаны с материальным статусом и социальным положением, но и могут мешать добиваться успеха в их понимании.

- Социальное самоопределение четвёртого типа характеризуется показной выраженностью социальной активности (**демонстративный тип социального самоопределения**). С одной стороны, социальные ценности для этого типа более значимы, чем для остальных типов, «антиценности» - более неприемлемы.

С другой стороны, значимость многих сфер жизнедеятельности у них ниже, чем у других типов. Например, семья значима для представителей этого типа чуть менее, чем для представителей первого типа. То же справедливо и в отношении безопасности и охраны правопорядка.

- Анализ социально-демографических характеристик представителей выделенных четырёх типов социального самоопределения показал отсутствие выраженных различий между типами. Однако, некоторые особенности позволяют лучше понять специфику социального самоопределения каждого из них.
- Так, особенностью второго типа социального самоопределения (16% респондентов), отстранённого от общества, является преобладание мужчин.
- Три четверти респондентов, относящихся к этому типу, составляют представители «сильного» пола. Особенностью четвёртого типа социального самоопределения (34%) демонстративного, является преобладание в нём молодых людей младше 35 лет и женщин

- Особое место занимает первый тип социального самоопределения (16%), ориентированного на семью. Примерно равное соотношение мужчин и женщин, молодых и зрелых свидетельствует о том, что «семейные ценности» носят универсальный характер, хотя и не слишком «популярны» в настоящее время.

Thanks for your attention

kvit-alla@yandex.ru