

УДК 316.3265:330.59

З.Ж. Жаназарова*, М.К. Шнарбекова
Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан г. Алматы
*E-mail: kuralai.avsydykova@kaznu.kz

Социальное самочувствие как индикатор качества жизни населения

Аннотация. Статья представляет результаты социологического исследования социального самочувствия населения Республики Казахстан, что в свою очередь является индикатором реакции населения на политические, экономические и другие преобразования в стране. Социальное самочувствие населения рассматривается как субъективный и значимый индикатор качества жизни, включающий определенные взаимосвязанные показатели. Авторами была исследована динамика ключевых подиндексов индекса социального самочувствия в определенный период времени. Анализируется социальное самочувствие в контексте накопленного знания об общественном сознании, особенно в реально функционирующем бытовании.

Ключевые слова: качество жизни, социальное самочувствие, социальное настроение, субъективный показатель, социальное измерение.

Анализ феномена “социальное самочувствие” представляется чрезвычайно важным и актуальным сегодня, поскольку именно уровень социального самочувствия может выступать показателем результативности проводимых реформ.

Понятия “социальное самочувствие” и “качество жизни” и их система показателей не имеют однозначного толкования. И то, и другое понятие в научной литературе определяется как объективно-субъективная характеристика [1], но, как мы полагаем, “качество жизни” – это комплексная характеристика условий жизнедеятельности населения с акцентом на объективные показатели, в то время как “социальное самочувствие” в большей степени отражает самочувствие самого индивида. Социальное самочувствие является обобщенным индикатором реакции населения на социальные преобразования, люди поддерживают те или иные изменения в обществе, надеясь на улучшения личного положения в нем, интегральная оценка восприятия ими собственного благополучия в основных сферах социальной жизнедеятельности является решающим критерием определения направленности (положительной или отрицательной) общественных изменений. При измерении социального самочувствия необходимо ориентироваться не на ситуативные эмоциональ-

ные состояния, вызванные всплесками и падениями общественных настроений, а на самооценку уровня благополучия в реализации основных социальных потребностей. Полагаем, что важным в определении термина “социальное самочувствие” является указание на то, что это реально функционирующее общественное сознание и поведение, “в котором проявляется эмоционально-комфортная оценка индивидом, социальной группой и населением... уровня удовлетворения социальных потребностей, а также своего положения в сравнении с другими индивидами, социальными группами...” [2].

В самочувствии как целостной форме жизнеощущения человека находят свое выражение весьма непростые социальные процессы. Потому и подходы современных исследователей к изучению понятия “самочувствие” весьма разнятся. “Настроение, - как утверждает Б.Д. Парыгин, - исключительно сложное, многогранное, и вместе с тем, значимое социально-психологическое образование” [3]. По его мнению, в узком смысле под настроением следует понимать относительно устойчивое, хотя в то же время слабо выраженное или быстро угасающее чувство.

Можно выделить два основных подхода рассмотрения социального самочувствия населения.

В рамках первого подхода социальное самочувствие населения определяются как «интегральный субъективный показатель, отражающий восприятие благополучия», и измеряется через «удовлетворенность – неудовлетворенность жизненной ситуацией и ее отдельными параметрами».

К теориям этой группы можно отнести подходы, используемые Е. Головахой, Н. Паниной, А. Горбачик, они рассматривают социальное самочувствие как эмоционально-оценочное отношение индивида к системе социальных отношений и к своему месту в этой системе. Измерение проводится по шкале «достаточности» социальных благ:

1 - не хватает;

2 - трудно сказать, хватает или нет (не интересуется);

3 - хватает.

Таким образом, при данном подходе обосновывается положение, согласно которому социальное самочувствие человека определяется степенью удовлетворения его социальных потребностей.

Второй подход представлен, прежде всего, в работах таких учёных, как Ж. Тощенко, С. Харченко и Л. Петрова.

В рамках этого подхода социальное самочувствие рассматривают как исходный структурный элемент социального настроения. Результирующим показателем социального самочувствия выступают потребность в самосохранении себя как социального существа, члена группы и общества, а также оценки уровня и степени благополучия непосредственно окружающей его микросреды [4]. Социальное самочувствие, таким образом, имеет довольно сложную структуру и включает в себя:

- информацию, важную для личной и общественной жизни человека;

- чувства, предметами которых становятся те явления и условия, от которых зависит развитие событий, значимых для личности.

Различия между представленными подходами всё же не следует считать кардинальными. Эти два подхода не являются противоположными друг другу, так как исходят из одной общей концепции – концепции субъективного благополучия человека. Также исследования осуществляемые, в рамках данных подходов имеют общую цель. Эта цель заключается в том, чтобы показать, насколько улучшилась или ухудшилась жизнь, как

населения в целом, так и отдельных слоёв в результате проводимых реформ.

Казахстанский институт социально-экономической информации и прогнозирования (КИСЭИП) провел исследование социально-политического самочувствия в Казахстане, которое презентовал на «круглом столе» «Поствыборный Казахстан. Что дальше?». Исследование проведено в январе 2011 года по заказу Фонда первого президента. Опрошено 1400 респондентов – сельчан и горожан – из Астаны, Алматы и пяти областей Казахстана.

По итогам исследования, наиболее важными проблемами для населения Казахстана в начале 2011 года продолжают оставаться цены продуктов питания (об этом постоянно думают 53,8% респондентов), рост тарифов на коммунальные услуги (36,5%) и безработица (29,2%). В пятерку наиболее важных проблем также вошли жилищная проблема и низкий уровень здравоохранения.

По сравнению с данными опроса, проведенного в январе 2010 года, значимость проблемы «высоких цен продуктов питания» возросла на 9,4%.

Занять более активную позицию готовы 13,2% казахстанцев – посредством обращения в органы управления (10,1%; увеличился в сравнении с 2010 годом на 7,2%) и политические партии (3,1%; увеличился в сравнении с 2010 годом на 1,9%).

Практически три четверти населения Казахстана доверяют (74,8 %). При этом властным органам на местах жители страны склонны доверять в меньшей степени (примерно 50–60%). В наименьшей степени среди государственных органов доверие у населения вызывают суды и правоохранительные органы: им не доверяет практически половина жителей страны (32%). Организациям образования доверяют 49,7% опрошенных. Организациям здравоохранения – 42,8%. Наибольшие затруднения в отношении оценки деятельности вызывает у жителей страны неправительственный сектор (26,9%). В наименьшей степени казахстанцы доверяют бизнесменам и предпринимателям. Так, доверяют их деятельности 31,2%, не доверяют – 44,5%.

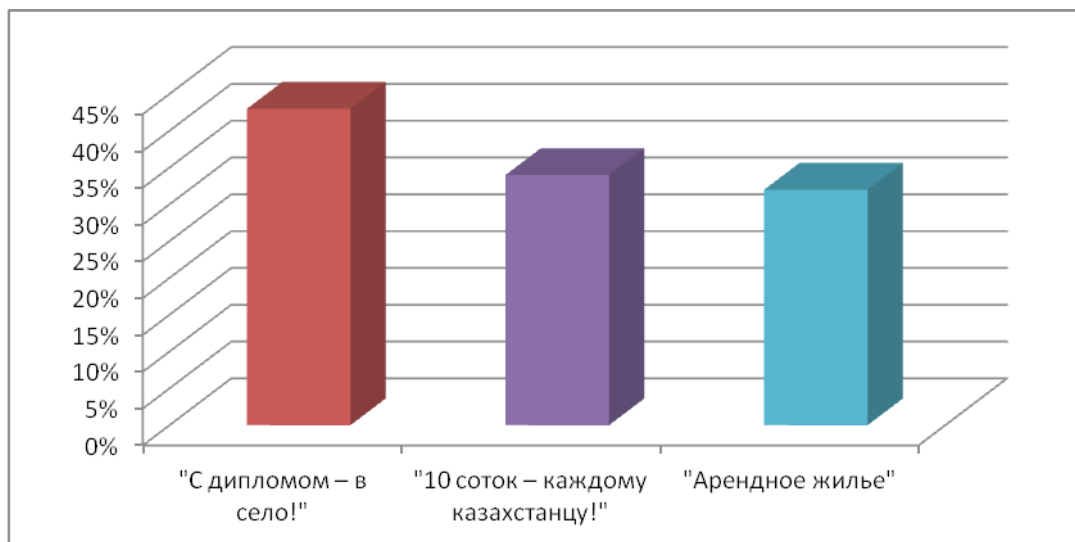
По результатам исследования, каждый второй из опрошенных (55%) испытывает потребность в улучшении жилищных условий, из них почти каждый второй нуждается в этом по причине отсутствия собственного жилья. Чаще всего с жилищным вопросом сталкиваются жители столичных городов; молодые люди в

Таблица 1 – Основные проблемы населения по степени актуальности были выделены три группы проблем

1 степень актуальности	2 степень актуальности	3 степень актуальности
Рост цен, инфляция (49%) Безработица (36%) Жилищная проблема (23%)	Экономическое положение (16%) Преступность (14%) Здравоохранение (13%) Низкие пенсии (12%)	Экология (7%) Образование (7%) Высокие налоги (6%)

возрасте от 18 до 34 лет; люди со средним или средним специальным образованием, имеющие невысокий профессиональный статус. Основными путями решения жилищной проблемы яв-

ляется оформление ипотеки и покупка за собственные средства (по 29%). Следующий по популярности метод – это получение квартиры по Государственной программе жилья (22%).

**Рисунок 1** – Уровень информированности граждан о государственных жилищных программах

Каждый пятый житель страны (21%) не слышал и не знает ни об одной из предложенных в списке программ.

Главной задачей современного мониторинга является привлечение новейших исследовательских технологий. Одним из перспективных направлений видится всестороннее развитие индексов и рейтингов, различных систем показателей, характеризующих не только экономическое или социальное, но и общественно-политическое развитие. Так, например Всероссийский центр изучения общественного мнения осуществляет мониторинг социального самочувствия ежемесячно на основе 6 базовых индексов: 1) индекс удовлетворенностью жизнью; 2) индекс надежд; 3) индекс материального благосостояния; 4) индекс экономического положения страны; 5) индекс

политического положения страны; 6) индекс согласия.

В Казахстане также наблюдается процесс адаптации индексного формата оценки общественных процессов. Начиная с 2006 года, проводится модернизация инструментария в соответствии с новейшими мировыми наработками и растущими требованиями к профессиональным опросам общественного мнения.

У социального самочувствия как объекта мониторинга имеется несколько основных показателей:

- удовлетворенность текущими жизненными условиями;
- оценка состояния экономики;
- ожидание ближайших перспектив улучшения/ухудшения жизненных условий;
- уровень потребительского доверия;

- долгосрочные ожидания перспектив экономического развития.

Методика построения индекса социального самочувствия предполагает, что позитивные ответы суммируются. От полученной суммы позитивных ответов вычитается сумма негативных ответов. При этом к негативным добавляются респонденты затруднившиеся ответить,

поскольку эта масса не может считаться надежной. К полученной в результате данной операции разницы добавляется 100. Если индекс оказался ниже этого уровня, то есть 100 баллов, то считается Индекс отрицательный – преобладают негативные оценки, в случае если полученная сумма выше ста баллов, то позитивные ответы превосходят негативные.

Таблица 2 – Динамика ключевых подиндексов индекса социального самочувствия в период с марта 2009 года по июнь 2012 года

Подиндексы ИСС	Мар. 2009	Мар. 2009	Мар. 2009	Июн. 2009	Сен. 2009	Дек. 2009	Мар. 2012	Июн. 2012
Ожидание изменений в экономике в ближайшие 12 месяцев	181	127,9	145,2	161,2	172,8	164,4	173,2	176,7
Ожидание изменения в жизни семьи в ближайшие 6 месяцев	173,6	143,7	145,8	160,8	166,8	163,8	165,8	174
Изменения в жизни семьи за 6 месяцев	184	149,5	128,3	140,0	160,4	146,8	163	173,6
Перспективы экономики на 5 лет	-	-	153,6	163,6	171,4	165,6	167,6	170,6
Текущее состояние Экономики	167,6	114,6	110,8	125,6	146,2	145,8	157	168,6
Оценка экономической ситуации в регионах	-	-	102,4	114,2	139,8	133,4	146,4	152,2
Удовлетворенность жизнью	142,2	117,8	112,7	114,2	133,4	121	135,8	148
Эмоциональное состояние респондентов	-	-	-	-	-	-	-	129,8
Оценка отсутствия влияния кризиса	-	-	98,4	87,6	101	98,4	58,6	69
Потребительское доверие	110,8	71,8	39,0	40,4	57,4	49,6	43	60

В настоящее время социология разрабатывает свой особый подход к пониманию социального самочувствия. Эта категория - неотъемлемая часть понятийного аппарата современной социологии. Нормальное социальное самочувствие, теоретически, с одной стороны, “обеспечивается” самим индивидом (группой, населением в целом), но с другой стороны, государственной властью, которая “задает” (определяет) параметры экономических, социальных, политических процессов в своем регионе [5].

При внимательном анализе этого явления можно прийти к выводу о достаточной его конструктивности, которая помогает вычлени из структуры общественной жизни наиболее важное и значимое звено, по сути дела воплощающий и выражающий самый активный его компонент (доминант). Все это свидетельствует о том, что социальное настроение во многом, а иногда в решающей степени определяет ход социально-

экономических, социально-политических и духовных процессов, обнаруживая тем самым возросшую, а иногда ведущую роль субъективного фактора при решении самых различных общественных проблем. Феномен социального настроения проявляется, следовательно, в том, что на историческую арену вышел и в полной мере заявил о себе один из важнейших элементов общественного сознания (и бытия!), который в течение длительного времени функционировал как величина, не играющая значительной роли. Специфическая особенность современного общества состоит в том, что тенденция повышения значимости индивидуальности нашла отражение в таком явлении, как социальное самочувствие.

На основе анализа ряда определений, в итоге можно рассматривать новое определение социального самочувствия. Социальное самочувствие – это состояние общественного организма в конкретный хронологический отрезок времени,

измеряемое на основе определенных индикаторов. Социальное самочувствие как субъективное восприятие индивида окружающей среды в значительной мере определяет субъективную характеристику качества жизни, таким образом можно четко определять, что оно зависит от ожиданий человека. На этой основе можно с уверенностью утверждать, что не совпадение ожиданий человека и действительной реальности является причиной отрицательного показателя индекса социального настроения. Этим самым хотим подчеркнуть принципиальное отличие традиционного понимания содержания понятия «качества жизни» основанного на модели объективных показателей качества жизни, от понимания, рассматривающее качество жизни как интегральную характеристику, включающую в себя субъективные особенности человека. Мы считаем, что социальное самочувствие человека влияет на его восприятие своей жизни и таким образом определяет субъективную оценку качества жизни.

Литература

- 1 Беляева Л.А. Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации // Социологические исследования. – 2009. – № 1. – С. 33–42.
- 2 Бурко В.А. Интерпретация показателя “социальное самочувствие” // Социология и общество. Тезисы Первого Всероссийского социологического конгресса “Общество и социология: новые реалии и новые идеи”. – СПб.: Изд. “Скифия”, 2000. – С. 56.
- 3 Парыгин Б.Д. Общественное настроение. – М., 1966. – 328 с.
- 4 Тощенко Ж.Т. Социальное настроение / Ж. Т. Тощенко С.В. Харченко. – М.: Academia, 1996. – 196 с.
- 5 Политология: Энциклопедический словарь / под общ. ред. Ю.И. Аверьянова. – М.: Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 1993. – 431 с.

З.Ж. Жаназарова, М.К. Шынарбекова

Әлеуметтік көңіл-күй халықтың өмір сапасының индикаторы ретінде

Аталмыш мақалада Қазақстан Республикасы халқының көңіл-күйін социологиялық зерттеу нәтижелері айқындалған. Әлеуметтік көңіл-күй халықтың мемлекеттегі әртүрлі экономикалық және әлеуметтік реформаларына жауабы ретінде қарастырылады. Авторлар халықтың әлеуметтік сезімдерін өмір сапасын бағалаудың субъективті және маңызды көрсеткіштерінің бірі және белгілі бір әлеуметтік аспектілерді қамтитын күрделі жүйе ретінде зерттейді. Авторлар белгілі бір уақыттағы әлеуметтік көңіл-күйдің негізгі индекстерінің динамикасы зерттелінген. Әлеуметтік көңіл-күй қоғамдық сана туралы қалыптасқан білім негізінде, әсіресе шынайы қызмет ететін тұрмыс контекстінде талданады.

Түйін сөздер: өмір сүрудің сапасы, әлеуметтік өзін-өзі сезіну, әлеуметтік көңіл-күй, субъектті көрсеткіш, әлеуметтік өлшем.

Z.J. Zhanazarova, M.K. Shnarbekova

Social mood as indicator of the quality of life

The article is result of sociological research of social mood. In this article social mood of the population is considered as a basis of an assessment of quality of life. The research of dynamics social mood of citizens is analyses too. The authors makes the conclusions on the basic of these researches. Social mood is considered as a difficult system, which consist different social aspects. Authors investigated dynamics of key indexes of social well-being during a certain period of time. Social well-being is analyzed in a context of the saved-up knowledge of public consciousness, especially in really functioning existing.

Keywords: quality of life, social well-being, social mood, a subjective measure, the social dimension.