

ГРУППЫ НИСХОДЯЩЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ И РЫНОК: ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРАЦИИ

Исследована динамика процессов интеграции/дезинтеграции групп нисходящей социальной мобильности в систему рыночных отношений, изучены факторы, способствующие/препятствующие этому процессу, статус этих групп, влияние социально-экономических, социокультурных, социально-психологических характеристик на поведение этих групп в обществе, на их образ жизни в контексте процессов, протекающих в городском социуме. Определены фундаментальные характеристики групп нисходящей социальной мобильности, их ориентированности на включение – новую социальную структуру. Определены основные направления городской социальной политики, обеспечивающей тот или иной уровень интеграции обследуемых групп в современный рыночный социум.

Ключевые слова: *социальная стратификация, вертикальная и горизонтальная мобильность, факторы интеграции/дезинтеграции, маргинальные процессы, социальные статусы, социальное поведение.*

Социальная мобильность является доминантным проявлением социальных изменений в обществе как на микро-, так и на макросоциальном уровнях.

Социальная мобильность, характерная для общества, находящегося в стадии формационных преобразований, при которых, в частности, происходит критериальная смена социальной структуры общества, неизбежно сопровождается размыванием сложившейся решетки социальных отношений, что связано с исчезновением (преобразованием) тех или иных групп и слоев, с изменением роли тех из них, которые сохраняются и в новой социальной структуре, с изменением (деформацией) норм, стандартов, ценностей, типов поведения.

Таким образом, процессы социальной мобильности выступают системообразующим атрибутом формирования новой социальной реальности, приводя к социальным изменениям во всей структуре общества, как в его статике (положению тех или иных социальных страт в социальной структуре общества), так и в его динамике (степени самоидентификации этих страт с нововозникающими элементами соцструктуры, проявляющиеся в изменении их социальных установок, ценностей, в их социальном поведении и в конечном счете уровне, качестве и образе их жизни). Следовательно, социальная мобильность и особенно ее направленность определяет все стороны жизнедеятельности социальных субъектов в новоформирующейся социальной реальности.

Впрочем, любой тип (вариант) социальной мобильности так или иначе связан со сменой (полной или частичной) экономического, культурно-

го, социального статуса личности (группы). Весь вопрос лишь в том, каково содержание этой мобильности и этих социальных изменений и какова ее направленность. Идет ли речь о восходящей социальной мобильности и о формировании страт общества, интегрировавшихся в новую социальную реальность или мы имеем дело с понижающим ее вектором и имманентно присущими ему процессами маргинализации, которая приобретает самостоятельное, самодостаточное значение и которая в значительной степени влияет на процессы социальной мобильности, причем не только нисходящей, но и восходящей, отражая специфику социального развития российского общества.

Вместе с тем, именно группы нисходящей социальной мобильности, ранее жестко интегрированные в структуры эгалитаристско-патерналистского социума советского типа, а ныне находящиеся на периферии социального развития в наибольшей степени подвержены маргинализационным процессам [1, 2].

И если с мобильностью первого рода ситуация более-менее ясна и определяется лишь темпом институционализации нововозникающих групп социальной структуры, то нисходящая социальная мобильность сопряжена с преодолением большого числа социальных барьеров, препятствующих интеграции групп этого типа мобильности в иерархию общества рыночного типа, что усугубляется незавершенностью процесса его формирования.

Изучение процессов нисходящей мобильности предполагает, во-первых, идентификацию групп, подверженных данному типу мобильности, во-вторых, определение их фундаментальных характеристик и степени ориентированности на включение в новую социальную структуру и, в-третьих, сопоставление основных базовых позиций групп нисходящей и восходящей социальной мобильности.

В связи с этим возникает вопрос *инструментального определения критерия принадлежности тех или иных групп к тому или иному типу социальной мобильности* в рамках существующего социума. На наш взгляд, таким критерием может выступать уровень осознания принадлежности представителей тех или иных групп и социальных страт в целом к той или иной социальной общности, отражающей нынешнее состояние социально-стратификационных отношений, т.е. уровень их самоидентификации с этими социально-региональными типами общностей. Поэтому исследование отдельных сторон образа жизни и социального поведения этих социальных групп позволяет изучить это явление, характерное для социально-стратификационных процессов современного российского общества, что и было выполнено в рамках исследования общественного мнения жителей Перми, проведенного лабораторией социологии ПГТУ в 2007–2008 годах (опрошено 1314 человек, пред-

ставляющих основные группы городского населения, проживающих в 7 районах города, тип выборки – случайная районированная).

Группы, представляющие 2 типа мобильности, были получены путем агрегирования ответов на вопрос «Кем Вы себя ощущаете в современной жизни?». В состав группы восходящей социальной мобильности вошли респонденты, отнесшие себя к собственникам, акционерам, новым русским, в группу нисходящей мобильности – идентифицирующие себя с бедняками, эксплуатируемыми, новыми бедными. Первые составили 16,8 % выборочной совокупности, вторые – 83,2 %, что само по себе достаточно симптоматично.

Рассмотрим, как отразилась социальная самоидентификация респондентов на их *личностных характеристиках* (далее группа восходящей мобильности обозначается как тип 1, нисходящей – как тип 2).

Так, по *гендерной принадлежности* при общем преобладании женщин в обоих типах мобильности удельный вес мужчин в типе 1 существенно выше, чем в типе 2 (соответственно 48,3 и 35,2 %). По *возрасту* респонденты типа 2 значительно старше (их условно средний возраст 50,7 лет против 35,9 лет в типе 1).

Хотя в среднем по *образованию* респонденты обоих типов мало разнятся (13,1 условно средних у респондентов типа 1 и 11,9 – у типа 2), удельный вес лиц, имеющих высшее образование, в 2 раза меньше у опрошенных типа 2 (26,2 против 51,7 %), а имеющих неполное среднее образование в 2 с лишним раза больше (10 против 4,6 %).

По *семейному статусу* респонденты, идентифицирующие себя с типом 2, отличаются меньшим процентом лиц, не состоящих в браке (10,4 против 37,9 %), и несколько большим – замужних/женатых (соответственно 46,3 и 32,2 %), что, по-видимому, обусловлено их возрастом. Вместе с тем, в группе опрошенных типа 2 в два с лишним раза выше процент лиц с несложившейся семейной жизнью (34 против 14,9 %).

Весьма характерны различия анализируемых групп по социализирующим и социально-профессиональным статусам.

Так, *социальное происхождение* респондентов типа 2 отличает трехкратный перевес по сравнению с респондентами типа 1 выходцев из крестьян (10,9 против 3,4 %) и значительный (в 1,4 раза) – выходцев из рабочих. Вместе с тем, и опрошенные, указавшие на свое рабочее происхождение и отнесшие себя к типу 1, составляют наиболее массовую группу, что обусловлено социальным генезисом современного российского общества. Это, однако, не перебивает отмеченную ранее тенденцию: процент опрошенных, указавших на свое происхождение из слоев интеллигенции или специалистов-управленцев, в типе 2 существенно ниже, нежели в типе 1 (для сравнения: выходцы из интеллигенции – 12,7 % типа 2 и 27,6 % типа 1; выходцы из служащих-управленцев – соответственно 13,1 и 24,1 %).

Социально-профессиональный статус группы относится к доминантным ее характеристикам. Можно было предположить, что опрошенные, имеющие тот или иной вектор мобильности, будут достаточно четко «разведены» по своим социальным нишам. И действительно, респонденты типа 2 прежде всего представлены пенсионерами (43,1 против 8 % опрошенных типа 1), несколько больше, чем опрошенные типа 1, – рабочими (соответственно 23,2 против 16 %) и в минимальной степени предпринимателями (всего 1,2 % респондентов типа 2 и 18,4 % типа 1). Тем не менее ряд групп занятости достаточно равномерно представлен и в том, и в другом типах мобильности. Речь идет о так называемых «бюджетниках» (врачи, учителя) и специалистах различного отраслевого профиля. Последнее подтверждает уже неоднократно высказывавшееся в научной литературе суждение о противоречивости и незавершенности процесса формирования новой соцструктуры рыночного типа. Кроме того, приведенные данные дают основания утверждать, что социальная самоидентификация дифференцирует социальные общности прежде всего по социально-демографическим, а также социокультурным и материальным основаниям, нежели по социально-профессиональной принадлежности.

Вместе с тем, проведенный анализ личностных параметров групп социальной самоидентификации доказывает правомерность примененного метода изучения нисходящей социальной мобильности.

Процесс социально-стратификационных изменений затрагивает всю структуру социального бытия основных страт общества. Однако в наибольшей мере они отражаются на *отношении к базовым ценностям и установкам*, формирующим то или иное видение социума и самое главное – на оценке своего положения в нем.

Радикальность происходящих социальных трансформаций связана в первую очередь со сменой экономической парадигмы общества, с переходом от общества этатистско-коллективистских форм собственности к обществу, доминантной формой собственности которого является частная собственность (в различных ее видах), что формирует отношения рыночного типа, основанные на свободной игре спроса и предложения, а в более широком смысле – на самоопределении владельца той или иной собственности (в том числе и своей рабочей силы как товара) в различных секторах возникающего рынка в его социальном понимании. В той мере, в какой та или иная страта, общность, группа людей включается в эти новые отношения, зависит успешность ее интеграции в социально-стратификационную структуру, соответствующую этому типу общества, к рынку как таковому.

Это предполагает, прежде всего, изучение отношения к рынку как таковому респондентов, отнесенных к типу нисходящей социальной мобильности (тип 2) в сопоставлении с теми, кто оказался включенным в тип восходящей

мобильности (тип 1). Полученные данные показывают, что в той или иной степени новые отношения оказались воспринятыми как социальная реальность. Вопрос лишь в том, какова эта мера восприимчивости. Данные, приведенные в табл. 1, фиксируют существенный разрыв в этом отношении в зависимости от вектора направленности мобильности. Хотя для обоих анализируемых типов общим является то, что адаптация носит, прежде всего, вынужденный, приспособленческий характер, эту позицию отношения к рынку разделяют меньше трети (29,9 %) опрошенных типа 1 и почти половина (49,3 %) – типа 2. Следовательно, именно разнонаправленность социальной мобильности определяет содержание адаптивно-приспособленческих процессов: если для первых это позитивный шаг к принятию новых рыночных реалий и переходу на прорыночные позиции, то для вторых это форма неприятия его: 30 % отторгают рынок в принципе, тогда как в сравниваемой группе таковых в 10 (!) раз меньше – 3,4 %, соответственно, прорыночно настроены 2/3 опрошенных типа 1 и лишь каждый 10-й – типа 2 (см. табл. 1).

Таблица 1

Отношение к рынку респондентов восходящего и нисходящего типов мобильности (в процентах от числа опрошенных по каждому типу мобильности и в коэффициентах адаптации к рынку)

Варианты отношения к рынку	Тип 1	Тип 2
Это власть наживы, стихии, усиление неравенства, эксплуатация человека человеком, падение жизненного уровня основной части населения	3,4	31,0
Это простор для инициативы, предпринимательства, общество независимых производителей, путь к благосостоянию	64,4	12,5
Это реальность, которую нельзя изменить, остается только приспособиться к происходящему	29,9	49,3
<i>Коэффициент адаптации к рынку</i>	2,63	1,80

Эти различия носят более радикальный характер при вербальной оценке респондентами своего поведения в новых рыночных реалиях. Среди опрошенных типа 2 каждый 6-й указал, что никак не может приспособиться к новой жизни, тогда как в группе восходящей мобильности таковые практически отсутствуют. Большая часть опрошенных отнесли себя к частичным адаптантам. Однако, как и в случае отношения к рынку, содержание такого рода полуадаптации разнонаправленно. Часть из них можно охарактеризовать как пассивно-вынужденных полуадаптантов, смирившихся (а иногда покорившихся) с изменениями, тогда как другую – как активных

полуадаптантов, которые пытаются выжить в новой ситуации за счет собственной активности.

Однако относительно высокий удельный вес активно-вынужденной адаптации среди респондентов нисходящей мобильности не должен порождать каких-либо иллюзий: скорее всего, это путь к полной дезадаптации, нежели к постепенному освоению новой социальной реальности: среди адаптировавшихся в полной мере их практически не оказалось, тогда как среди респондентов типа 1 таковых более двух третей (табл. 2).

Таблица 2

**Уровни поведенческой адаптации к рынку респондентов
восходящего и нисходящего типов мобильности
(в процентах от числа опрошенных по каждому типу
мобильности и в коэффициентах поведенческой адаптации)**

Варианты поведения в рынке	Тип 1	Тип 2
Вы никак не можете приспособиться к нынешней жизни	1,1	16,9
Вы свыклись с тем, что пришлось отказаться от привычного образа жизни, жить, ограничивая себе в большом и малом	6,9	41,4
Вам приходится «вертеться», хвататься за любую возможность заработать, лишь бы обеспечить себе и близким терпимые условия жизни	21,8	35,0
Вам удалось использовать новые возможности, чтобы добиться большего в жизни	64,4	1,9
<i>Коэффициент поведенческой адаптации к рынку</i>	3,59	2,23

Тем не менее относительно высокий удельный вес адаптантов в группе восходящей мобильности не меняет общей картины слабой интеграции всей обследуемой общности в новые рыночные отношения, что отражает диффузный характер маргинализационных процессов.

Отношение к тому или иному анализируемому типу весьма жестко дифференцирует значимость тех или иных факторов. Так, если для респондентов восходящего типа мобильности более значимы социокультурный и профессиональный статусы, а также такие рыночные ценности, связанные с собственной социальной активностью, как личные способности, талант, деловые качества, то для обследуемой группы нисходящей мобильности более важны либо те из них, которые связаны с чьей-либо помощью, отражая патерналистские настроения и в целом антибуржуазный настрой этой группы, являясь проявлением иждивенческих настроений и социальной зависти, о чем говорит их уверенность в том, что положение в обществе определяют или деньги,

или владение собственностью, а также выгодное место работы. Об этом же свидетельствует более высокая оценка ими патерналистской роли государства при меньшей ориентированности на собственную активность и инициативу. Однако и в данном случае выявленные различия носят хоть и качественный, но далеко не радикальный характер: во-первых, обе анализируемые группы весьма низко оценивают такие социокультурные факторы, как культура и воспитание и добросовестный труд, а, во-вторых, «антипатернализм» респондентов восходящего типа мобильности весьма относительно, так как и они придают достаточно большое значение роли государства, в чем проявляет себя уже отмеченная выше диффузность маргинализационных процессов (табл. 3, 4).

Особенно это заметно в ответах опрошенных на вопрос об отношении к свободе. Свобода как ценность вообще мало идентифицируется нашим обществом как ценность, что связано с историко-социальным генезисом российского общества. Не удивительно поэтому, что самооценку свободы отмечает лишь меньшинство опрошенных обоих типов, что позволяет говорить о маргинальном в целом понимании этой социальной ценности. Вместе с тем

Таблица 3

Оценка статусных характеристик, определяющих положение человека в обществе, респондентами восходящего и нисходящего типов мобильности (в процентах от числа ответивших по каждому типу мобильности)

Статусные характеристики	Тип 1	Тип 2
Образование	21,2	9,1
Профессия	13,6	5,8
Должность в системе управления	11,5	4,9
Квалификация	5,7	2,5
Способность, талант	11,9	5,1
Владение собственностью	10,5	4,5
Деньги	65,9	28,2
Добросовестный труд	8,6	3,7
Сфера, отрасль труда (промышленность, торговля, финансы и т.п.)	8,1	3,5
Место работы (частное, государственное или другое предприятие)	9,5	4,1
Культура, воспитание	5,0	2,1
Наличие влиятельных родственников, связей, знакомств	36,0	15,4
Личные деловые качества (активность, предприимчивость, умение общаться с людьми и т.п.)	17,9	7,7
Участие в политике	8,1	3,5

Таблица 4

**Оценка респондентами восходящего и нисходящего типов
мобильности роли государства (в процентах от числа опрошенных
по каждому типу мобильности и в коэффициентах оценки роли
государства)**

Суждения о роли государства	Тип 1	Тип 2
Государство должно гарантировать работу, минимум материальных и социальных благ каждому человеку	46,0	55,3
Каждый должен полагаться на самого себя, а не надеяться на государство	26,4	10,6
Государство должно помогать людям, но только слабым, незащищенным (инвалидам, старикам, детям)	23,0	31,7
<i>Коэффициент оценки роли государства</i>	1,06	2,01

в группе нисходящего типа мобильности эта тенденция проявляется более четко. Так, самооценку свободы признают только 27,1 % респондентов типа 2 и 35 % типа 1, а приоритет благополучия над свободой характерен для более чем 1/3 первых и только 1/5 вторых. Аналогично и условное признание приоритета свободы, зависящее от других обстоятельств, которые могут отодвинуть ее на второй план: этого отношения придерживаются 40 % опрошенных восходящей мобильности и 32,9 % – нисходящей. Таким образом, свобода тем меньше осознается людьми, чем больше они подвержены маргинальному видению мира.

Наконец, вектор направленности социальной мобильности влияет и на такие индикаторы ценностных ориентаций в социальной жизни, как уровень приверженности граждан нормам законопослушности и толерантности. Так, настроение индифферентного отношения к праву и неприятия альтернативного мнения по тому или иному вопросу более характерно для тех, кто представляет тип нисходящей социальной мобильности: если среди респондентов этого типа меньшую законопослушность и невосприимчивость к инакомыслию проявляют 63,7 % и только 10,6 % готовы принять нормы законопослушности, то среди опрошенных восходящей мобильности таких соответственно 45,9 и 6,9 %, т.е. различия носят количественный, но не качественный характер, отражая уже не раз отмеченную диффузность маргинального восприятия окружающей социальной среды.

Рассмотрим, как отразилась социальная самоидентификация респондентов на их *материальном статусе и выборе соответствующего этому статусу стилю потребительского поведения* – одного из базовых условий и характеристики того или иного образа жизни.

Это проявляется, в частности, в отношении опрошенных типа 2 к процессу социального расслоения, являющегося одним из значимых факторов,

определяющих их самоидентификацию по материальному статусу и стилю потребительского поведения.

Оценивая максимально допустимую разницу в доходах людей в нашем обществе, респонденты типа 2 более склонны к эгалитаристскому подходу, считая, что такая разница должна быть минимальной, или настроены антибуржуазно: среди них более чем в 2 раза меньше, чем среди респондентов типа 1, тех, кто считает, что ограничений быть не должно, если все по закону (соответственно 54,9 и 24,1 %).

Оценивая свое материальное положение по критерию величины заработка, опрошенные данного типа в основном придерживаются пессимистического взгляда на свой материальный статус: более 80 % относят себя к группе малооплачиваемых (для сравнения: среди представителей типа 1 таких чуть более 1/5). И, наоборот, 2/3 респондентов типа восходящей мобильности относят себя к среднеоплачиваемым, тогда как у их визави таких в 6 с лишним раз меньше.

Такая оценка вполне коррелирует с ответами респондентов на ситуационный вопрос о выборе той или иной модели экономического поведения, каждая из которых соответствует материальному статусу ниже прожиточного минимума (ПМ), на уровне прожиточного минимума или выше его. Как и в ранее приведенных данных, положение опрошенных типа нисходящей мобильности существенно менее предпочтительно, чем мобильности восходящего типа (коэффициент оценки материального статуса 1,74 у первых и 2,63 у вторых): оценили свое материальное положение ниже ПМ в 6,3 раза больше респонденты типа 2, чем типа 1 (соответственно 36,1 и 5,7 %), а выше – в 6,3 раза меньше типа 2, нежели типа 1 (11,3 и 67,8 % соответственно). Достаточно велик разрыв в оценках опрошенными материального положения своих семей и на уровне ПМ (25,3 и 47,9 % соответственно). Эти данные подтверждаются и оценкой опрошенными средней величины ежемесячного дохода на одного члена семьи: респонденты типа восходящей мобильности превосходят отнесенных нами к типу нисходящей мобильности почти в 2 раза (7198 против 3811 руб.).

Принадлежность к вектору нисходящей социальной мобильности порождает и соответствующий стиль потребительского поведения. Так, респондентов данного типа мобильности отличает существенно более высокий удельный вес расходов их семей на питание: если представители типа 1 тратят на это 43,1 % семейного дохода, то типа 2 – уже 64,8 %. Еще более разнятся опрошенные в выборе того или иного конкретного стиля поведения на рынке товаров. Для первых предпочтительным является так называемое экономповедение (стараятся покупать товары по доступной цене): так поступает почти 60 % опрошенных нисходящего типа и лишь 14,9 % восходящего. Рациональный тип потребления (покупка товаров, отличающихся

оптимальным сочетанием цены и качества) характерен лишь для трети первых и для 80 % вторых.

Таким образом, различия в материальном статусе и в соответствующем типе потребительского поведения достаточно однонаправлены: разбалансированность материального статуса группы нисходящей социальной мобильности в существенной мере связана и определяется их неблагоприятным материальным положением.

Одним из показателей, характеризующих образ жизни той или иной социально-трудовой общности в целом и социально-стратификационной по типу включенности в новые социальные отношения в частности, является *степень идентификации этих общностей с тем социумом, который представляет собой город как социальная система*, в которой эти общности реализуют свой социальный потенциал.

Хотя в целом по коэффициенту идентификации с городом респонденты нисходящего типа мобильности отличаются большей тягой к оседлости, среди них почти в 2 раза больше тех, кто отрицает свою связь с городом. При этом практически каждый пятый из них относится к жизни в Перми или безразлично, или отрицательно.

Респондентов нисходящего типа мобильности отличает и весьма слабая включенность в городскую жизнь. Это проявляется, во-первых, в низком уровне осведомленности о событиях городской жизни (хорошо осведомлены об этом каждый пятый типа 1 и лишь каждый десятый типа 2); во-вторых, в невысокой активности в управлении городом: хотя эта активность низка в обоих сопоставляемых типах, среди опрошенных нисходящей мобильности таких практически нет (1,9 против 6,9 % в противоположном типе); в-третьих, в низкой оценке своего влияния на городскую ситуацию (удельный вес считающих, что от них ничего не зависит, среди респондентов типа 2 составляет 58 %, тогда как типа 1 – 34,5 %).

В целом в своем восприятии городского социума опрошенные нисходящего типа мобильности проявляют большую социальную инертность при невысокой удовлетворенности жизнью в городе и сравнительно низкой степенью идентификации себя с городом как социальной общности.

Сфера трудовой деятельности, *социально-трудовые отношения* являются одной из определяющих, если не главной сферой деятельности человека, детерминирующей как его социальный статус в системе в целом, так и положение на социальной лестнице, в общественной иерархии социально-стратификационных статусов отдельных групп общества, оказывая влияние на их образ жизни и социальное поведение.

В контексте анализа статуса сконструированных типов восходящей и нисходящей мобильности это предполагает, во-первых, определение их положения в системе трудовых отношений, во-вторых, анализ их ценностных

ориентаций по поводу труда, в-третьих, изучение их отношения к конкретной трудовой деятельности, к работе, их ориентированность на стабильность/мобильность, в-четвертых, оценку устойчивости их статуса в связи с угрозой безработицы.

Распределение опрошенных по видам конкретной трудовой деятельности уже было описано выше. Анализ других параметров трудового статуса показывает, что, например, по стажу работы респондентов, отнесенных нами к типу нисходящей социальной мобильности отличает существенно более высокий общий (26,9 против 18,8 лет) и профессиональный (19,2 против 12,3 лет) стаж работы, тогда как по продолжительности работы на последнем месте они практически не различаются (соответственно 10,1 и 8,3 года).

Анализ базовых ценностных ориентаций показывает, что при действии общих тенденций, характерных для обоих типов социальной мобильности, отношение к ним дифференцируется не только по уровню их ориентаций, но и по их содержательной направленности. В частности, респондентов типа 2 отличает более выраженный инструментальный и воспроизводственный подход к работе. Так, среди них в 2 с лишним раза меньше тех, кто ориентирован на работу, как таковую, независимо от ее оплаты (так считают 26,2 % типа восходящей и только 11,6 % нисходящей мобильности).

Отношение к работе как источнику средств существования достаточно сильно выражено у обоих типов, но тем не менее в типе 2 таких несколько больше (соответственно 45,6 и 55,6 %).

Весьма существенные стороны трудовой деятельности, которые связаны с активностью работника, его стремлением к профросту, самостоятельности, к полной активизации своего образовательного, профессионального, творческого потенциала, оцениваются респондентами типа 2 более низко, чем типа 1. Особенно это заметно по оценке опрошенными таких элементов работы, как возможность проявить свои способности, деловые качества (1–2-е места и 64,7 % ответов типа восходящей и 9-е место и 25,3 % – нисходящей мобильности), сделать карьеру (9-е место и 28,2 % ответов первых против 11-го места и 14,6 % вторых), разнообразие, творчество в работе (соответственно 7-е место и 35,3 % и 12-е место и 10,2 %). Особенно расходятся оценки опрошенными различных типов мобильности такого нерыночного фактора труда, как гарантированность рабочего места и зарплаты: 2-е место у респондентов нисходящего типа и лишь 10-е – у восходящего.

Если же агрегировать предпочитаемые анализируемыми типами параметры трудовой деятельности с позиций интегрированности в рынок, приходится констатировать, что респондентов второго, нисходящего типа мобильности отличает бóльшая ориентация на антирыночные ценности и, соответственно, более инструментальное отношение к труду: по прорыночным ориентациям соотношение (в процентах от числа упоминаний)

44,2 против 22,7 % в пользу типа восходящей мобильности, по антирыночным – 34,2 против 55,1 % в пользу респондентов нисходящего типа.

Такого рода позиционирование опрошенных по типу их интеграции в новые социальные, в том числе и трудовые, отношения повлияло на их оценку своей работы, удовлетворенность ею, а также на поведение в трудовой сфере. В частности, респонденты нисходящей мобильности отличаются более низким уровнем удовлетворенности своей работой. Так, удельный вес удовлетворенных ею среди опрошенных нисходящей мобильности в 2,3 раза ниже, чем среди тех, кто был отнесен к типу восходящей мобильности (23,4 и 77,0 %) и, соответственно, неудовлетворенных среди первых почти на 30 % больше, чем среди последних (40,5 и 12,6 %).

Анализ показателей устойчивости опрошенных на своем рабочем месте показывает, что респондентов типа нисходящей социальной мобильности отличает большая склонность к смене места своей работы (их в 2 раза больше, нежели среди тех, кто входит в тип восходящей социальной мобильности – соответственно 12,2 и 6,5 % от числа упоминаний). Однако это не связано с их стремлением к росту своего социально-профессионального статуса, скорее наоборот: среди них по сравнению с теми, кто отнесен к типу восходящей социальной мобильности, почти в 4 раза больше тех, кто не имеет ничего против его снижения, и в 2,5 раза меньше тех, кто стремится к его росту (табл. 5).

Как свидетельствуют приведенные данные, это в первую очередь связано с их доминирующей ориентацией на инструментальное отношение к основным сферам жизни, в том числе и к работе, что характерно и для типа восходящей мобильности, но в существенно меньшей степени.

Таблица 5

Ориентация респондентов восходящего и нисходящего типов мобильности на сохранение или смену своего трудового статуса (в процентах от числа опрошенных по каждому типу мобильности)

Ближайшие планы в отношении к работе	Тип 1	Тип 2
Менять работу не собираются	40,7	27,5
Ориентированы на смену работы	6,5	12,2
Ориентированы на смену профессии, должности	–	7,4
Ориентированы на повышение социально-профессионального статуса	38,2	15,6
Ориентированы на снижение социально-профессионального статуса	7,3	27,0
Не определились	7,3	10,2

Такого рода профессиональная неустойчивость накладывается на весьма сильную неуверенность респондентов обследуемого типа в своем завтрашнем дне, их сильную тревожность по поводу угрозы безработицы, в которой они видят один негатив, считая, что ее вообще не должно быть, так как она ведет к неравенству и обнищанию: эту точку зрения разделяет почти половина опрошенных данного типа мобильности, что на 15 % больше, чем среди опрошенных типа 1 (соответственно 47,7 и 32,2 %). Точку зрения на безработицу как индикатор стоимости своего товара – рабочей силы – разделяют только 2,3 % респондентов типа 2, тогда как в типе 1 на это ориентируется 8 %. Меньше половины опрошенных типа 2 по сравнению с почти 60 % типа 1 готовы принять эту реалию. Не случайно поэтому, что лишь чуть больше трети опрошенных нисходящего типа социальной мобильности считают, что для них не существует угрозы безработицы (в противоположном типе таких половина), тогда как каждый 5-й среди них считает угрозу безработицы значительной (в типе 1 таких на более чем 10 % меньше). Таким образом, респондентов нисходящего типа социальной мобильности в сфере социально-трудовых отношений отличают более четко выраженные черты проявления социальной маргинальности, в целом характерные для всего российского социума: слабо выраженная ориентация на содержательную сторону труда при доминанте инструментальных и воспроизводственных предпочтений, низкая готовность к повышению своего социально-профессионального статуса, неуверенность в своей устойчивости на рынке труда и занятости.

В отличие от трудовых отношений социальное поведение в таких «внепроизводственных» сферах образа жизни, как *семья, культура, досуг*, связанных с личной жизнью индивидов, прежде всего в рамках семьи, а также с освоением и реализацией той или иной культурной информации как способа интеграции в окружающую среду, в том числе и в свободное, досуговое время, отличается большей степенью свободы выбора того или иного типа поведения в силу меньшей регламентированности, по крайней мере, формальными рамками тех или иных стандартов поведения, что, впрочем, не снимает фактор воздействия неформальных рамок-ограничителей, определяемых условиями социализации, уровнем и качеством культуры и др. того или иного индивида, той или иной социальной общности.

Полученные данные обнаружили достаточно прочную взаимосвязь этих трех сфер образа жизни. Достаточно сказать, что в структуре ценностей досуга его «семейная» направленность (побыть в семье, с детьми, заняться домашними делами) оказалась более выраженной у респондентов типа 2: на это ориентировано 35,9 % по сравнению с 19,5 % опрошенных типа 1, что вполне естественно, если учитывать возрастной статус представителей сопоставляемых групп мобильности. Это же объясняет и то, что при общем доминировании в обеих обследуемых группах компенсаторно-рекреативной досуговой

ориентации удельный вес ориентированных на данную функцию досуга в группе понижающейся мобильности несколько ниже, вследствие меньшей интенсивности их трудовой активности.

Вместе с тем следует отметить, что хотя для обеих групп характерна низкая ориентация на культурно-образовательный рост, у опрошенных нисходящего вектора мобильности она в более чем 2 раза ниже: 3,0 против 6,9 % у группы восходящей мобильности. Оценивая в целом характер и направленность ориентации опрошенных в сфере семейных отношений, необходимо подчеркнуть, что для ориентированных на нисходящую социальную мобильность более показательна некая «приземленность» ориентаций (материальный достаток, быт и домашний уют, отсутствие вредных привычек у членов семьи, супружеская верность, внешняя привлекательность супруга(и), тогда как респонденты восходящего вектора склонны к более высокой оценке компонентов духовно-культурной общности (общность интересов, наличие детей и их благополучие, любовь, доверие и уважение в семье, гармония в интимных отношениях).

В целом же для досугово-культурного поведения респондентов обоих типов мобильности характерен инструментально-утилитарный подход, что является одной из характеристик маргинального типа личностного освоения окружающей социальной среды, который в большей мере характерен для респондентов нисходящего типа мобильности.

Отражением такого мировосприятия является оценка респондентами роли государства в социальной поддержке своих граждан. Результаты ответов на этот вопрос подтверждают уже неоднократно выявленную тенденцию доминирования патерналистских настроений, упование на постоянную помощь государства (таково мнение 46,0 % группы восходящей мобильности и 55,3 % – нисходящей). Как можно видеть, патерналистские настроения несколько более распространены среди респондентов типа 2. При относительно невысокой в целом ориентации опрошенных на собственный потенциал и активность характерно, что таких среди них в 2,5 раза меньше, чем среди респондентов типа 1 (соответственно 10,6 и 26,4 %).

Таким образом, отмеченная в данном исследовании меньшая свобода в самоопределении своих ценностных и поведенческих позиций, характерная для респондентов нисходящей социальной мобильности, выявляет и более высокую степень социальной автономии от стандартов и ценностей социального поведения, характерных для новой структуры социальных отношений: чем более автономны в этом смысле те или иные группы, тем в меньшей степени они ощущают общую удовлетворенность той или иной стороной своей жизни. Например, их уровень удовлетворенности семейной жизнью несколько ниже, чем у опрошенных восходящего вектора мобильности – соответственно 39,6 и 58,6 %. Однако если сравнить удельный вес

опрошенных, неудовлетворенных сферой семейных отношений, то в типе 2 таких в 3 с лишним раза больше.

Анализ оценок респондентами своего *социального самочувствия*, выступающего интегральным показателем их адаптации (дезадаптации) к социальным реалиям современного общества, позволяет замерить интенсивность процессов мобильности в их нисходящем или восходящем векторе.

В настоящем исследовании замер социального самочувствия респондентов фиксировался по целому блоку вопросов, в которых опрошенные должны были оценить происходящие перемены за прошедший период реформ (за последние 10–15 лет), а также в их оценках своего будущего и будущего того городского социума, в котором они живут. В обобщенном виде оценка изменений за время реформ приводится в табл. 6.

Таблица 6

**Сводная оценка изменений в социальном самочувствии
респондентов восходящего и нисходящего типов мобильности
за время реформ (по типам адаптации), в расчетных показателях**

Сфера	Векторы мобильности, коэффициент		Расхождение, %	Ранг значимости
	восходящий	нисходящий		
Труд	2,16	1,63	24	4
Материальное положение	1,93	1,41	27	1
Семья	2,04	1,52	26	2
Досуг	1,96	1,47	25	3
Условия жизни в городе	2,13	1,76	18	5
Здоровье	1,66	1,44	14	6
В целом по выборке	1,98	1,54	22,3	

Приведенные в этой таблице данные показывают, во-первых, что в целом преобладают усредненные оценки, соответствующие или консервативной оценке этих изменений, или их неприятно в целом, что, в общем, отражает господствующий социальный климат в обществе. Вместе с тем более высокий уровень маргинализованности существенно снижает эту оценку, повышая градус негативизма к происходящим изменениям. Особенно это заметно в оценке респондентами того или иного типа мобильности материально-статусных позиций, иллюминирующих практически на все сферы образа жизни: семейные отношения, досуговую деятельность, социально-трудовые отношения и жизнь в городе как социуме жизненного пространства. По всем этим позициям статус ориентированных на нисходящую мобильность наименее предпочтителен.

Эти данные вполне коррелируют с оценкой опрошенными конкретными параметрами изменений в их повседневной жизни за время реформ: группа нисходящей мобильности их оценивает весьма пессимистично, фиксируя или отсутствие изменений или (что чаще) ухудшение положения (табл. 7–9).

Таблица 7

Оценка респондентами восходящего и нисходящего типов мобильности изменений в потреблении за время реформ (в коэффициентах изменений по каждому типу мобильности)

Типы потребления	Тип 1	Тип 2
Питаться	2,68	1,88
Отдыхать	2,18	1,33
Одеваться	2,67	1,62
Покупать товары длительного пользования	2,55	1,65

Таблица 8

Оценка респондентами восходящего и нисходящего типов мобильности изменений в их материальном положении за последние 10–15 лет (в процентах от числа опрошенных и в коэффициентах изменений по каждому типу мобильности)

Оценка изменений	Тип 1	Тип 2
Повысился уровень материального благосостояния горожан	58,6	11,3
Меньшинство обогатилось, а положение большинства стало еще хуже	31,0	80,1
Не изменилось: как было, так и осталось	9,2	5,1
<i>Коэффициент изменений</i>	2,28	1,29

Таблица 9

Оценка респондентами восходящего и нисходящего типов мобильности условий жизни в Перми за время рыночных реформ (в процентах от числа опрошенных и в коэффициентах изменений по каждому типу мобильности)

Оценка изменений	Тип 1	Тип 2
Изменились к худшему	11,8	38,9
Практически не изменились	25,0	31,5
Изменились к лучшему	63,2	29,6
<i>Коэффициент изменений</i>	2,51	1,91

Аналогична и направленность социального самочувствия в контексте осознания перспектив будущего: при распространении настроений консервации нынешнего бытия или пессимистической оценки будущего (мнение 56,1 % респондентов типа 1 и 69,1 % – типа 2) вторая оценка в большей степени характерна для вторых (разрыв почти в 2 раза: 15,4 % у первых и 29,5 % у вторых).

Если же проанализировать психологическую окрашенность видения будущего (табл. 10), то можно отметить значительную долю таких ее компонентов, как беспокойство, тревога, однако если среди ориентированных на восходящую мобильность им подвержены 11,5 %, то на нисходящую – более половины. В целом же оптимистические настроения более характерны лишь для трети последних и для более 80 % вторых, тогда как негативные – лишь для 13,8 % опрошенных восходящего вектора и для двух третей (!) нисходящего. Особенно в этой группе распространены в отношении будущего чувства, вызывающие безысходность (таких здесь 12,6 %, тогда как среди респондентов другой группы лишь 2,3 %).

Таблица 10

**Прожективная оценка своего социального самочувствия
респондентами восходящего и нисходящего типов мобильности
(в процентах от числа опрошенных по каждому типу мобильности)**

Оценка социального самочувствия	Тип 1	Тип 2
Уверенность	31,0	3,2
Надежда	49,4	28,9
Безразличие	4,6	2,5
Беспокойство, тревога	11,5	51,6
Безысходность	2,3	12,6
<i>Группировка вариантов оценки самочувствия:</i>		
негативное	13,8	64,1
безразличное	4,6	2,5
позитивное	80,5	32,3

В целом же анализ характеристик социального самочувствия, во-первых, подтверждает вывод о социально-диффузном характере маргинальных процессов, пронизывающих всю социальную структуру современного общества, а, во-вторых, судя по группе нисходящей мобильности, показывает, что существенная часть российского социума пребывает в состоянии стагнации, консервируя тем самым рецидивы общественного сознания советского и до-советского прошлого и оказывая, в свою очередь, воздействие на социально-стратификационную систему в целом.

Проведенное исследование особенностей социальных установок и социального поведения групп нисходящей социальной мобильности подтвердил общесоциальный характер маргинальных процессов, в которые в той или иной степени включены основные социальные группы российского общества. Критерием выявления направленности процессов социальной мобильности основных социальных групп является степень их интеграции в систему рыночных отношений. Исследование подтвердило, что факторами, формирующими отрицательную (нисходящую) социальную мобильность, являются низкий материальный статус, подверженность тех или иных социальных групп нисходящего вектора мобильности традиционным нормам и ценностям и неприятие (или принятие в ограниченных масштабах) ценностных ориентаций рыночного типа, затрудненный процесс интеграции в новую социальную структуру рыночного общества, низкий уровень социальной мобильности в различных сферах жизни, распространенность патерналистских отношений и настроений социального иждивенчества, неприятие социальной дифференциации и приверженность эгалитаристским отношениям, низкая социальная, профессиональная, культурная мобильность. Это проявилось в следующем:

1) в социальных характеристиках групп нисходящей социальной мобильности (большой процент женщин и лиц старших возрастов, несколько меньший удельный вес лиц с высшим и незаконченным высшим образованием, доминирование выходцев из крестьян и рабочих, относительно более высокий стаж трудовой деятельности);

2) в их социально-профессиональном статусе (крайне незначительный в этой среде процент предпринимателей при высокой доле рабочих, пенсионеров, «бюджетников» и других специалистов различного отраслевого профиля, правда, последние две группы достаточно широко представлены и в векторе восходящей мобильности, что скорее подтверждает незавершенность процесса социально-стратификационной консолидации и дифференциации, с одной стороны, тогда как с другой – является социальной базой распространенности маргинальных процессов в российском обществе);

3) в меньшей свободе в самоопределении своих ценностных и поведенческих позиций и в более высокой степени социальной автономии от стандартов и ценностей социального поведения, характерных для новой структуры социальных отношений: чем более автономны в этом смысле те или иные группы, тем в меньшей степени они ощущают общую удовлетворенность той или иной стороной своей жизни;

4) в определяющем, доминирующем значении материального фактора, формирующего отрицательную, нисходящую направленность социальной мобильности (почти 80 % респондентов, оказавшихся в данном типе мобиль-

ности отнесли себя к малооплачиваемым, что в 4 раза меньше, чем в типе восходящей мобильности);

5) в слабо выраженной ориентации на содержательную сторону труда при доминанте инструментальных и воспроизводственных предпочтений, низкой готовности к повышению своего социально-профессионального статуса, неуверенности в своей устойчивости на рынке труда и занятости, что является более четко выраженным проявлением социальной маргинальности, в целом характерной для всего российского социума;

6) в распространенности настроений безразличия, а то и неприятия того города, в котором они живут (и это при более высокой тяге к оседлости и практической неосведомленности и неучастии в городской жизни, что в целом отличает городской социум, независимо от вектора социальной мобильности);

7) в доминировании в культурно-досуговой деятельности групп нисходящего вектора мобильности воспроизводственно-потребительских тенденций, а в сфере семейных отношений – консервативных и традиционных ценностей и стандартов поведения при высокой распространенности настроений социального иждивенчества;

8) в большей приверженности групп отрицательного вектора мобильности к консервативным моделям социального устройства, причем не только ретросоветского образца, но и откровенно национал-автаркичного типа, и в отрицании моделей рыночного типа, что в сочетании с невысоким уровнем доверия к основным социальным институтам, исключая армию, и тем более к местным управленческим структурам и фактическим отчуждением от них, формирует негативный фон, который чреват ростом протестных настроений;

9) в большей подверженности групп нисходящей социальной мобильности в оценках своего социального самочувствия настроениям беспокойства, тревоги, безысходности.

Таким образом, сложившаяся система базовых социальных установок и ценностных ориентаций (доминирование патерналистских настроений, преобладание вынужденной адаптации к рыночным отношениям, размежевание позиций относительно возможности социальной дифференциации, слабая включенность и малая заинтересованность горожан в активном освоении городского пространства и связанная с этим отчужденность как от города, так и от структур власти), наиболее четко проявившаяся в группах нисходящего вектора социальной мобильности, выступает, с одной стороны, стабилизирующим фактором, удерживающим от активных, тем более протестных действий (и именно поэтому большинство опрошенных настроены выжидательно), тогда как с другой – консервирует сложившуюся ситуацию, способствует стагнации социального развития городской общности.

Поэтому городская социальная политика должна быть реформирована таким образом, чтобы не только обеспечить минимально приемлемый стандарт уровня и качества жизни, удовлетворив первичные материальные и социальные потребности горожан, но и создать условия для стимулирования и реализации их личностного потенциала, преодолеть взаимную отчужденность горожан и власти, сделать местную политику более открытой. Помимо всего прочего это будет стимулировать процесс интеграции в рыночные отношения, в том числе и групп нисходящей социальной мобильности.

Список литературы

1. Парк Р.Э. Культурный конфликт и маргинальный человек // Социальные и гуманитарные науки. – 1998. – № 2. – С. 172–175.
2. Стоунквист Э.В. Маргинальный человек: исследование личности и культурного конфликта // Личность. Культура. Общество. – 2006. – Т. 8, вып. 1. – С. 9–36.

Получено 16.02.2011

G.V. Razinskiy, M.A. Slyusaryanskiy

Perm State Technical University

THE GROUPS OF DESCENDING SOCIAL MOBILITY AND THE MARKET: SPECIFICITY OF INTEGRATION

The paper focuses on dynamics of integration into, and disintegration from, the system of market relations as seen in the groups of descending social mobility. The work seeks to analyse the factors contributing to or hindering the processes studied, the groups' status, the impact of socioeconomic, sociocultural, sociopsychological parameters on the groups' behaviour and their lifestyle within the urban environment. Fundamental characteristics of the groups of descending social mobility and their orientation towards a new social structure are defined. Main social policy trends leading to a certain level of the groups' integration into a modern market society are examined.

Keywords: social stratification, vertical and horizontal mobility, integration/disintegration factors, marginal processes, social status, social behaviour.