

УДК 316.34

*Н.Коваліско,
кандидат соціологічних наук*

СОЦІАЛЬНО-СТАТУСНА ТА КЛАСОВА ІДЕНТИЧНОСТІ СТРАТ У РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ

У статті проаналізовано самооцінки соціального статусу в суспільстві, зроблено порівняльний аналіз статусно-класової самоідентифікації індивідів у розрізі загальнонаціональних та регіональних опитувань. Зроблено висновки, що респонденти схильні радше підвищувати самооцінку власного статусу; досі співіснують в ідентифікації старі назви класів («інтелігенція», «службовці» тощо) і назви, запозичені як номінації із західних суспільств («середній клас», «підприємці», «нижчий клас»); існує незначна частка індивідів, які не можуть визначитися у запропонованому просторі соціально-класових ідентичностей.

Keywords: *social status, social identity, status-class self-identification.*

Ключові слова: *соціальний статус, соціальна ідентичність, статусно-класова самоідентифікація.*

Ключевые слова: *социальный статус, социальная идентичность, статусно-классовая самоидентификация.*

Постановка проблеми. Важливою характеристикою соціальних груп як складових елементів соціальної структури є їхня самоідентифікація та самовідчуття власного соціального статусу й ідентичності. З допомогою цих показників можна глибше проаналізувати «диспозиційну» складову соціальних утворень, переходити з площини аналізу сконструйованих у процесі класифікації груп (або ж «класів у собі», за марксистською термінологією) у

площину реально діючих соціальних суб'єктів, реальних груп ("класів для себе"). Проте слід зазначити, що самоідентифікація з певною соціальною групою є лише попередньою умовою для того, щоб її вважати "реальним" діючим суб'єктом у соціальній структурі. Очевидно, що "позиціям" страт у соціальній ієрархії суспільства притаманні взаємно відмінні тією чи іншою мірою цінності та ціннісні орієнтації, життєві стратегії, спосіб життя, відчуття власного місця у просторі нерівності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить про інтенсивне дослідження проблем ідентифікації та ідентичності саме на сучасному етапі розвитку суспільства, коли у зв'язку з докорінними соціальними трансформаціями питання ідентичності висувається на перший план. Найзначнішими роботами в цій галузі стали дослідження українських спеціалістів С.Макеєва (монографія у співавторстві "Соціальні ідентифікації та ідентичності" та інші роботи), М.Шульги (монографія "Етнічна самоідентифікація особистості"), П.Гнатенка та В.Павленко (монографія "Ідентичність: філософський та психологічний аналіз") тощо [1; 2; 3].

Західні спеціалісти насамперед зосереджувалися на дослідженні своїх суспільств, але оскільки ситуація, у якій перебувають країни пострадянського простору, є унікальною, то в наш час з'являється дедалі більше праць зарубіжних вчених, що присвячені особливостям соціальної ідентифікації та ідентичності в Україні (К.Уоннер, Е.Уїлсон, Г.Сміт, Л.Курті, Дж.Лангман, О.Мотиль). Слід підкреслити, що всі зазначені роботи витримано в міждисциплінарному плані, що проявляється у взаємному проникненні підходів та методів близьких соціальних наук.

Метою даної статті є спроба проаналізувати самооцінки соціального статусу в суспільстві та порівняти статусно-класову самоідентифікацію індивідів у розрізі загальнонаціональних та регіональних опитувань.

Одним із показників соціально-статусної самоідентифікації, який був використаний у межах проведеного дослідження, є оцінка респондентами свого соціального стано-

вища на щаблях соціальної драбини. Це запитання, традиційне для анкет, спрямованих на вивчення стратифікації, використовується й у соціологічному моніторингу Інституту соціології НАН України з 1994 р. Респондентам пропонують уявити, що на щаблях соціальної “драбини” розташовані люди з різним становищем у суспільстві: на найнижчому щаблі – ті, які мають найнижче становище, а на вищому – ті, які мають найвище становище, і відповідно визначити, на якому із них вони поставили б себе. Графічно в опитувальнику зображується сім щаблів від першого – найнижчого, до сьомого – найвищого. Четверта сходинка такої “драбини” являє собою середину і в публікаціях із стратифікаційної проблематики усіх тих, хто розташовує себе на ній, прийнято вважати “середнім” класом.

Розподіл респондентів за самооцінками соціального статусу в суспільстві представлено на основі даних загальнонаціональних опитувань [4, с. 484] та результатів масових опитувань у Львові у 2002, 2003 та 2006 рр.*, що проведені соціологічною лабораторією Львівського національного університету імені Івана Франка, і в яких застосовувалася така ж методика (табл. 1). У цій же таблиці представлена й узагальнена структура самооцінок: “нижче середнього” (1–3 сходинки), “середня” (4 сходинка), “вище середнього” (5–7 сходинки).

Як в Україні в цілому, так і у Львові більшість респондентів розташовувала себе у 2006 р. на щаблях “нижче середнього” (59% та 54% відповідно). Проте й динаміка протягом першої половини поточного десятиліття виразна й динамічна: це на 20% менше, ніж у 2003 р. За цей же період частка “середнього класу” за самооцінкою зросла

* Обсяг вибіркової сукупності становив 600 осіб у 2002 та в 2003 р. і 800 осіб працездатного віку – у 2006 р. Тип вибірки – багатошаблева, ймовірнісна, районована з використанням маршрутного методу та квот на останньому щаблі відбору респондентів. Вибірка є репрезентативною, задана помилка репрезентативності $\pm 3,5\%$. Інформацію, отриману у процесі дослідження, опрацьовано на ПК за допомогою пакетів прикладних програм OCA, SPSS 11.0 та MS Excel. Дослідження проводились у м. Львові методом особистого інтерв'ю.

з 17% до 29% в Україні та з 17% до 32% – у Львові, а розташованими “вище середнього” у 2006 р. вважали себе 12% в Україні (4% – у 2000 р.) та 14% – у Львові (9% у 2002 р.). Отже, стосовно відчуття місця в цьому конкретному стратифікаційному порядку у вигляді соціальної драбини із сімома щаблями, то жителі Львова незначно різняться від середніх оцінок населення України.

В обстеженнях, як відомо, дослідники використовують “драбини” різної розмірності – з десятьма чи одинадцятьма щаблями. О.Симончук показано, що чим дрібніша шкала, тим більша у респондента можливість оцінити власну позицію більш диференційовано. Проте в такому випадку при агрегації в три, скажімо, великі “класи” зростає частка тих, хто в результаті подібної операції дослідника опиняється “нижче середнього” і зменшується тих, кого він відносить до класу, що “вище середнього” [5, с. 52]. Без урахування цієї обставини важко забезпечити коректність

Таблиця 1

Розподіл респондентів за самооцінками соціального статусу в суспільстві (семибальна шкала) (%)

Сходи соціальної драбини	Соціальний статус	Україна			Місто Львів		
		2000	2002	2006	2002	2003	2006
1	Найнижче становище	21,6	17,2	8,3	15,5	12,8	9,0
2	Низьке	26,9	24,0	14,3	26,2	19,5	13,9
3	Нижче середнього	31,5	31,8	36,1	30,9	29,5	32,0
4	Середнє	16,6	21,6	29,3	17,1	21,5	32,0
5	Вище середнього	2,4	4,2	10,0	5,9	9,5	10,9
6	Високе	0,4	0,3	1,0	3,1	3,7	2,6
7	Найвище становище	0,7	0,5	0,9	0,1	0,3	0,4
Не відповіли		0	0,4	0,1	2,2	6,2	0
Агрегована структура							
Нижче середнього		79	73	59	74	65	54
Середнє		17	22	29	17	22	32
Вище середнього		4	5	12	9	13	14

інтерпретації даних, отриманих за допомогою шкал різної розмірності. Крім того, зразок, за яким сприймається власна позиція в соціальній ієрархії наведеного ґатунку, досить подібний у жителів різних типів поселень. Так, у 2008 р. в обстеженні Інституту соціології НАН України на четвертій сходинці розташували себе 36% киян, 30% жителів міст з населенням понад 250 тисяч осіб, 30% жителів малих міст та 27% жителів села. Самооцінка, як видно, підвищується із зростанням розміру населеного пункту, проте не вельми істотно. Особливо ж тоді, коли йдеться про “серединну” позицію. При цьому саме жителі великих міст, до яких належить і Львів, оцінюють свою позицію в рамках трикласової схеми найближче до середніх по Україні в цілому, де Київ та сільська місцевість являють собою майже антиподи.

Утім, і представники кожної з виділених на регіональному рівні страт у 2006 р. масово розміщували себе переважно на третій та четвертій сходинках, тому картина виявилася не досить диференційованою (табл. 2). Однак відмінності все ж таки простежуються. Так, у “вищій” найбільш висока частка респондентів, які досить високо оцінюють власне соціальне становище: 15% розмістили себе на шостій сходинці, 26% – на п’ятій. Велика частка страти концентрується на четвертій – 42%, а на третій сходинці – близько 15% респондентів, а соціальне становище є дуже низьким (перша сходинка) лише для 2%.

Таблиця 2

Соціальна самоідентифікація страт на сходинках соціальної драбини (%)

Страти	Сходинки соціальної драбини							разом
	1	2	3	4	5	6	7	
Вища страта	2	0	15	42	26	15	0	100
Страта 2	0	6	23	42	19	10	0	100
Страта 3	3	9	34	35	15	3	1	100
Страта 4	5	16	39	31	8	0	0	100
Страта 5	4	10	33	40	12	1	0	100
Нижча страта	24	22	29	21	3	1	0	100

Представники “страти 2” зосереджені на четвертому щаблі (42%) та досить рівномірно розподіляються по обидва боки від нього: шоста сходинка – 10%, п’ята сходинка – 19%, третя сходинка – 23%, друга сходинка – 6%.

Дві третини індивідів, які належать до “страти 3”, розмістили себе на третій (34%) та четвертій (35%) сходинках. На п’ятому щаблі себе поставили близько 15% представників страти. На решті сходинок розташувались незначна кількість індивідів: по 3% розмістили себе на першій та шостій сходинках, 9% – на другій. Лише в цій страті знаходимо респондентів, які оцінили власне соціальне становище максимально (сьома сходинка), проте їх частка становить 1%.

Самоідентифікація більшості представників 4 і 5 страт також характеризується локалізацією на третьому і четвертому щаблях соціальної драбини. Проте для “страти 4” спостерігається незначна асиметрія, що зростає в бік нижньої частини соціальної драбини, а для “страти 5”, навпаки, – у бік вищої частини соціальної драбини, тобто молодь, яка переважає в цій страті, оптимістичніше оцінює власне актуальне становище на шкалі активності в неоднорідному соціальному просторі. У “нижчій страті” порівняно з іншими найбільша частка респондентів, що ідентифікують себе з першою (24%) та другою сходинками (22%). Загалом 96% респондентів тут локалізували себе на чотирьох нижніх щаблях.

Дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних колег засвідчили, що важливою характеристикою структури суспільства залишається співвіднесення індивідами себе з певними класами, тобто порівняно великими соціальними агрегатами. При цьому назви класів слід розглядати як номінації, що даються зовнішніми щодо соціальних груп суб’єктами – соціальними інститутами, засобами масової інформації, “значущими іншими”, або ж вони нав’язані традицією соціального домінування в конкретному суспільстві. Особливість цього підходу в тому, що поряд з ієрархізованими концептами у вигляді вищого, середнього чи нижчого класів респондентам пропонуються ціннісно-

Розділ 3

нейтральні визначення – інтелігенція, підприємці, робітничий клас. Певний термінологічний еkleктизм у даному випадку розширює набір соціальних ідентичностей, тобто примножує варіативність у виборі соціально-професійних самовизначень. Для фіксації класових номінацій використовувалися самоназви, отримані С.Бродською та С.Оксамитною у дослідженні класової самоідентифікації населення України в 2000 р.* [6]. У регіональному проекті вони включалися в анкету репрезентативного опитування жителів Львова та пропонувалися респондентам під час глибинних інтерв'ю**. В обох епізодах опиту-

Таблиця 3
Статусно-класова самоідентифікація населення (%)

Клас/верства	Україна, 2000 (загально- національна вибірка, n= 1200 осіб)	м. Львів, 2006 (масове опитування, n=800)	м. Львів, 2006 (глибинні інтерв'ю, n=20)	м. Львів, 2008 (масове опитування, n=1600)
Вищий клас	0,2	1,1	–	1,8
Середній клас	14,1	43,3	40	42,7
Нижчий клас	13,4	6,8	–	8,8
Інтелігенція	5,7	11,0	15	6,8
Службовці	7,2	8,1	20	10,6
Підприємці	2,1	3,0	15	3,5
Керівники (менеджери)	0,6	2,1	–	3,1
Робітничий клас	28,2	11,5	10	9,9
Селяни	11,9	0,8	–	1,4
До жодного класу	6,4	2,6	–	2,3
Ваш варіант	–	0,4	–	1,4
Важко відповісти	8,7	9,4		7,6
Разом	100	100	100	100

* Дослідження проводилося Інститутом соціології НАН України та фірмою “СОЦІС” у 2000 р.

** Дослідження проведено у березні–квітні 2006 р. і квітні–травні 2008 р. Вибірка для глибинного інтерв'ю формувалась із урахуванням соціально-демографічних характеристик груп та таких об'єктивних показників, як професійний статус, рівень освіти, дохід і матеріальне становище, за якими респондентів відносили до різних стратифікаційних утворень. Усього цим методом було опитано 20 у 2006 р. та 40 респондентів у 2008 р.

вані мали обрати лише одну позицію (табл. 3), а в глибинних інтерв'ю їх просили ще й обґрунтувати свій вибір.

Перелік найменувань класів і верств містив сукупність назв різних соціальних спільнот як радянського періоду, так і сучасних найменувань, нещодавно введених до номінального обігу й притаманних західним суспільствам. Серед останніх найпоширенішим, тобто таким, що найчастіше звучить у ЗМІ, зверненнях найвищих посадових осіб, є середній клас. До середнього класу на регіональному рівні за результатами масового опитування у 2006 р. віднесли себе 43,3 % львів'ян, 11,5% – до робітничого класу, 11% позиціонували себе як інтелігенція. До нижчого класу віднесли себе загалом в Україні – 13,4%, а у Львові – 6,8% респондентів. Найімовірніше, що цьому сприяла оцінка власного матеріального становища як незадовільного, низького, що й позначилося на соціальній самоідентифікації.

Таблиця 4
Класова самоідентифікація страт м.Львова (%)

Страти	Класова самоідентифікація												
	Вищий клас	Середній клас	Нижчий клас	Інтелігенція	Службовці	Підприємці	Керівники (менеджери)	Робітничий клас	Селяни	До жодного класу	Ваші варіанти	Важко відповісти	Разом
2006													
Вища страта	4	46	0	11	6	22	9	0	0	0	0	2	100
Страта 2	3	29	0	42	10	0	0	0	0	6	0	10	100
Страта 3	1	52	1	10	10	5	5	6	0	2	0	8	100
Страта 4	2	39	4	8	10	2	1	25	0	2	0	7	100
Страта 5	0	46	12	15	6	1	1	6	0	4	1	8	100
Нижча страта	1	38	14	8	5	0	0	13	2	4	1	14	100
2008													
Вища страта	6	29	1	15	2	19	20	0	0	0	1	7	100
Страта 2	4	37	0	17	14	10	12	1	1	1	0	3	100
Страта 3	3	47	3	10	17	4	3	4	1	1	1	6	100
Страта 4	0	46	7	2	12	3	1	19	0	2	1	7	100
Страта 5	1	51	9	7	9	1	1	8	2	2	1	8	100
Нижча страта	1	32	21	1	5	1	0	17	4	6	2	10	100

Самономінацію “середній клас” у 2006 р. (табл. 4) у “вищій” страті обрали 46%, у “страті 3” – 52%, “страті 4” – 39%, “страті 5” – 46%, у “нижчій страті” – 38%. У “страті 2” найчастіше ідентифікували себе як “інтелігенція” – 42% (як “середній клас” 29%). Кожний п’ятий у “страті 3” зарахував себе до класу зайнятих переважно розумовою працею: 10% – до “інтелігенції” та 10% – до “службовців”. Як “підприємців” найчастіше себе характеризували у “вищій страті” – 22% (до “інтелігенції” віднесли себе 11%). У “страті 4” кожний четвертий (25%) вважає себе “робітничим класом”. “Нижчим класом” найчастіше визнавали себе ті, які входили до “страті 5” (12%) та до “нижчої страти” (14%).

Тенденції щодо самоідентифікації із середнім класом у 2008 р.* залишилися такими ж, за винятком “вищої страти”. З її представників лише 29% відносять себе до нього (6% певні, що належать до вищого класу, 15% – до інтелігенції, 19% – до підприємців, а 20% – до керівників, менеджерів), явно віддаючи перевагу іншій номінації в соціальній ієрархії сучасного суспільства, пов’язаній з посадою насамперед (керівник, менеджер).

Окрім самоідентифікації із середнім класом, можна спостерігати ще й такі тенденції: найбільше підприємців та керівників у “вищій страті”, “страта 2” і “страта 3” близькі, як і зазначалося вище, за статусно-професійним складом, але різняться лише чисельністю осіб, які наділені адміністративною владою (відповідно 12% і 3%), та підприємцями (10% проти 4%). Причому в “страті 3” службовців найбільше з усіх виділених страт (17%). “Страта 4” складається з 19% робітничого класу та 12% служ-

* Обсяг вибіркової сукупності становив 1600 осіб працездатного віку. Тип вибірки – багатощаблева (кластерна) вибірка з квотуванням на останньому шаблі добору одиниць спостереження. Опитування проводилося у м. Львові з використанням методу стандартизованого інтерв’ю. Вибірка є репрезентативною, задана помилка репрезентативності $\pm 2,5\%$. Інформацію опрацьовано за допомогою пакетів прикладних програм SPSS 15.0, Statistica 8.0 та MS Excel.

бовців допоміжного персоналу. “Страта 5” має найвищий показник ідентифікації з середнім класом (51%). У “нижчій страті” 21% респондентів віднесли себе до нижчого класу та 17% – до робітничого.

Отже, загалом простежуються такі тенденції: по-перше, у відповідях на запропоновані запитання щодо ідентифікації респонденти схильні радше підвищувати самооцінку у запропонованих дослідником термінах, аніж занижувати її; по-друге, співіснування в ідентифікації старих назв класів, характерних для радянського періоду (для страт з верхньої частини стратифікаційної ієрархії ідентифікація з “інтелігенцією” та “службовцями”, а для страт з нижньої частини – “робітничим класом”), та назв, запозичених як номінації із західних суспільств (для страт з верхньої частини стратифікаційної ієрархії самоідентифікація з “підприємцями”, а для страт з нижньої – з “нижчим класом”); по-третє, наявність незначної частки (переважно на рівні 10%) індивідів, які не змогли визначитися у запропонованому просторі класових ідентичностей.

За результатами загальнонаціонального опитування, проведеного соціологічною службою Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова*, можна простежити розподіл відповідей щодо обґрунтування самоідентифікації респондентів саме з середнім класом (табл. 5). Третина оцінюють таку належність саме середнім рівнем доходів, тоді як кожен п’ятий українець просто себе так відчуває.

Представники середнього класу володіють психологією “серединності”, відносячи себе до середніх матеріальних страт українського суспільства. Основою цього, як свідчать результати опитувань, є передусім дохід, соціальне самопочуття (вважають себе середнім класом і не хочуть відно-

* Дослідження проведене з 19 по 25 червня 2008 р. Було опитано 2014 респондентів віком від 18 років у всіх областях України, Києві та АР Крим за вибіркою, що репрезентує доросле населення України за основними соціально-демографічними показниками. Теоретична похибка вибірки (без урахування дизайн-ефекту) не перевищує 2,3% з імовірністю 0,95. – Режим доступу: http://www.uceps.org/ukr/poll.php?poll_id=334

Таблиця 5

Самоідентифікація з середнім класом (%)

Чому Ви віднесли себе до середнього класу?	Розподіл відповідей
Маю середній рівень доходів	29,3
Просто я так себе відчуваю	20,5
Не хочу відносити себе до нижчого класу, це принизливо	15,2
Я хочу жити так, як живе середній клас у ЄС	13,1
Займаюся діяльністю, якою, як правило, займаються представники середнього класу	12,5
Маю високий рівень освіти (кваліфікації)	6,4
Мої друзі належать до середнього класу	1,6
Важко відповісти	1,4

сити себе до нижчого класу, бо це принизливо), професійний статус та рівень освіти тощо.

Те, як львів'яни розуміють зміст поняття “середній клас”, чому ідентифікують себе з ним, за якими критеріями можна його виділити в сучасному суспільстві, які соціальні та професійні групи можна віднести до цього класу, з'ясувалося завдяки глибинним інтерв'ю у 2006 та 2008 рр. Респондентами були представники різних соціально-професійних груп: підприємці, інженерно-технічні працівники, висококваліфіковані спеціалісти, державні службовці, військовослужбовці, робітники високої кваліфікації, безробітні, пенсіонери та ін. Наймані працівники були зайняті як у приватному, так і в державному секторах економіки.

До середнього класу себе віднесли у глибинних інтерв'ю 40% респондентів у 2006 р. та 44% – у 2008 р. (див. третю колонку *табл. 3*). Наведемо приклади аргументації, яка звучала найчастіше: “*мої доходи є на середньому рівні, в мене є вища освіта і плюс коло мого спілкування*”, “*заробіток мого чоловіка і мій дозволяє мені себе вважати середнім класом*”, “*тому що я та чоловік працюємо на роботі, хоча у нас троє дітей, але своїм доходом ми можемо таки достойно забезпечити сім'ю*”, “*я не вважаю себе*

бідною людиною, оскільки можу задовольнити всі свої потреби”, “я більш-менш забезпечена фінансово, і не вважаю це себе настільки багатю, щоб собі все дозволити, тому відношу себе до середнього класу” тощо.

Отже, ідентифікуючи себе з середнім класом, респонденти стверджують, що не відчують труднощів із задоволенням як базових, так і більш високих потреб, що вища освіта є обов'язковою умовою належності до середнього класу, а стабільний дохід і зайнятість дасть змогу їм без побоювань дивитися в майбутнє – власне професійне та своїх дітей. Вони, далі, підкреслюють свою відмінність радше від багатих, ніж від бідних, вказують на наявність кола друзів, знайомих, які мають приблизно однакові з ними запити й домагання і судження яких закріплюють респондентів у впевненості, що вони належать саме до середнього класу.

До того всього представники середнього класу в майбутньому хотіли б мати і сподіваються на вищий статус у суспільстві, і роблять для цього певні кроки: мають намір підвищити рівень освіти, кваліфікацію або перекваліфікуватися; мають можливість зробити кар'єру, змінити місце роботи, відкрити власну справу. А ті респонденти, які ідентифікують себе з бідними, нижчим або робітничим класом, більш песимістично оцінюють своє майбутнє у суспільстві та мають значно нижчий рівень задоволеності своїм життям.

Соціальне самопочуття респондентів визначалося під час інтерв'ю рівнем задоволеності ними місцем роботи, соціальним становищем, життям загалом. Чим вищою є самооцінка соціального статусу, тим вищим є рівень задоволеності ним. Так, 68% з тих, хто відніс себе до середнього класу, задоволені або значною мірою задоволені своїм статусом у суспільстві. Причинами незадоволеності для решти є низький рівень оплати праці, робота не за спеціальністю, неповна зайнятість, відсутність кар'єрного зростання. Наявність цікавої, добре оплачуваної роботи є однією з основних цінностей, гарантією матеріального благополуччя і життєвого успіху для більшості львів'ян.

Отже, за результатами глибинних інтерв'ю представники середнього класу за соціальним статусом є молодими,

освіченими, професійно успішними, мобільними, добре адаптованими до ринкових умов. За матеріальним статусом володіють від 300 до 1200 доларів на місяць на кожного члена сім'ї та достатньо високим рівнем матеріального забезпечення (наявність добротного житла, автомобіля, набору сучасної побутової техніки, повноцінного харчування тощо). Однак наявні й варіації у матеріальному становищі, стилях життя й моделях споживання – в цьому аспекті це доволі неоднорідна категорія, що проявляється у наведенні різних критеріїв при обґрунтуванні вибору житла, одягу, проведенні дозвілля. За психологічним складом – це активні, ініціативні, готові до професійної, освітньої мобільності та орієнтовані на самостійність й індивідуальну відповідальність за власну долю.

Утім, соціальна ідентичність – набагато складніше утворення, ніж самовіднесення до певної страти або групи: вона включає також сукупність уявлень і соціальних установок (атитюдів), тобто диспозицій. Вони відображають оцінку індивідом своїх можливостей активного або пасивного пристосування до наявних соціальних умов, його можливості та перспективи висхідної або низхідної мобільності, або стабілізації своєї ситуації у рамках цих умов.

Література

1. Социальные идентификации и идентичности / С.А.Макеев, С.Н.Оксамитная, Е.В.Швачко. – К. : Ин-т социологии НАН Украины, 1996. – 185 с.
2. Шульга М.О. Етнічна самоідентифікація особистості / М.О.Шульга. – К., 1993. – 267 с.
3. Гнатенко П.І., Павленко В.М. Ідентичність : філософський та психологічний аналіз / П.І. Гнатенко, В.М. Павленко. – К. : Арт-Пресс, 1999. – 466 с.
4. Українське суспільство 1992–2006 (соціологічний моніторинг) / [за ред. В. Ворони, М. Шульги]. – К. : Ін-т соціології НАН України, 2006. – 578 с.
5. Симончук Е.В. Средний класс : люди и статусы / Е.Симончук. – К. : Ин-т социологии НАН Украины, 2003. – 464 с.
6. Бродська С.С., Оксамитна С.М. Класова самоідентифікація населення України / С.С.Бродська, С.М.Оксамитна // Наукові записки. Соціологічні науки. – 2001. – Т. 19. – С. 44–49.