

Регион: экономика и социология, 2010, № 2, с. 180–202

СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЦЕССИИ 2008–2009 ГГ.: РЕЗУЛЬТАТЫ ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Т.Ю. Богомолова

ИЭОПП СО РАН, Новосибирский государственный университет

Статья подготовлена в рамках Междисциплинарного интеграционного проекта СО РАН «Демографические, этнические и социальные риски развития человеческого потенциала Сибири»

Аннотация

Анализируется опыт изменения в условиях кризиса экономического поведения, ожиданий, социальных установок и потребительских предпочтений населения США. Показано, что ударов рецессии в США не избежала ни одна возрастная группа, но конфигурация проблем и широта охвата ими, а также реакция на них существенным образом различаются в зависимости от возраста людей. На рынке труда сохраняется и усиливается рецессией высокая конкуренция между возрастными и гендерными группами. Экономические трудности значительно влияют на жизненные планы и сплоченность людей, но мобилизующее влияние оказывает уверенность американцев, что трудолюбие и напористость позволяют, несмотря на неблагоприятные экономические условия в стране, двигаться вперед.

Ключевые слова: экономическая рецессия, США, социальные последствия кризиса, экономическое поведение населения, социальные установки

Abstract

The paper analyses how the economic behavior, expectations, social attitudes and consumer preferences of the American people changed over the period

of the crisis. We show that there is no age group which could avoid the stroke of the crisis, but the configuration and scope of problems affected the people as well as their reaction did depend on their age. High competition between the age and gender groups is still observed on labour markets; moreover, the crisis intensified it. Economic difficulties have a strong impact on the American peoples' life expectations and solidarity. Nevertheless, the firm belief that people's diligence and energy may ensure their moving forward in spite of any unfavorable economic conditions remains among the American people, and makes them feel mobilized for action.

Keywords: economic recession, USA, social impact of the crisis, economic behaviour of the population, social attitudes

Рыночная экономика развивается циклично. Рано или поздно наступает фаза рецессии, которая неотвратима, но всегда неожиданна, как зима в России. Спад в экономике, нестабильность финансовых институтов, снижение доверия экономических контрагентов друг к другу, сокращение занятости, уменьшение доходов, увеличение стоимости жизни и падение потребительского спроса – широко известный набор черт экономической рецессии. Рецессия имеет как краткосрочные, так и долгосрочные последствия для всех социальных организмов – от страны до домохозяйства и индивида, многие из последствий латентны, а некоторые – позитивны.

На уровне индивида или домохозяйства кризисы выступают в качестве макрофакторов, которые, как правило, представляют угрозу для всех видов их капитала – финансового, человеческого и социального или негативно на них воздействуют, а также влияют на перспективы экономической мобильности и жизненные планы. Результаты такого воздействия рецессии и формирование населением специальных способов (практик) смягчения этого воздействия или противодействия негативному влиянию рецессии мы предлагаем рассматривать в качестве одного из измерений социальных последствий экономической рецессии.

В последние два десятилетия в России экономические кризисы постепенно становятся неотъемлемой частью исторического развития страны и биографий ее граждан. Россияне вольно или невольно развивают у себя компетенции противостояния экономическим потрясениям, находят способы оптимизации финансового и потребительского поведения, развивают умение манипулировать имеющимися, зачастую ограниченными, ресурсами.

Текущая экономическая рецессия в нашей стране имеет заметные проявления, реакция людей на сложную экономическую ситуацию принимает разные формы, и для их изучения важно использовать адекватные способы. В рамках подготовки программы и инструментария социологического обследования по теме «Человеческий потенциал Сибири: ресурсы и риски развития» нами сделан обзор зарубежного опыта изучения восприятия населением экономической рецессии 2008–2009 гг. и ее влияния на поведение, планы, ожидания и социальные установки людей.

В фокусе внимания в данной статье находятся результаты изучения социальных последствий текущего глобального экономического кризиса для тех, кто вступил в него раньше других, – американцев. В США официально принято считать, что кризис там начался в декабре 2007 г. Чтобы почувствовать воздействие кризиса, населению много времени не надо, но чтобы осознать его последствия и, главное, найти способы ему противостоять, освоить практики экономии ресурсов домохозяйства в условиях ослабевшей экономики страны – на это нужно время. Исследовательский центр Пью в рамках проекта «Социальные и демографические тренды» обратился к теме кризиса и реакции людей на него вплотную в 2009 г. Из 25 отчетов Центра за этот год почти половина были непосредственно связаны с кризисом, тогда как среди 16 отчетов за 2008 г. эта тема поднималась лишь в одном, хотя во вступительных частях и даже названиях еще нескольких отчетов упоминались «трудные времена», «плохое время для хорошей жизни».

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ОРИЕНТАЦИИ

Исследовательский центр Пью в рамках упомянутого проекта начал серию исследований воздействия рецессии на поведение и социальные установки людей с телефонного опроса¹, который был проведен в период с 23 февраля по 23 марта 2009 г. по репрезентативной на

¹ Этот и последующие телефонные опросы проводились по номерам как стационарных, так и сотовых телефонов абонентов. Абоненты последних составляют примерно 20–25% выборки.

национальном уровне выборке². Этот опрос был нацелен на выяснение того, как рецессия повлияла на разные возрастные группы американцев. Второй опрос³ был проведен 2–8 апреля 2009 г. и сосредоточен на трех вопросах: 1) наличие каких вещей/приборов в домохозяйстве американцы считают необходимостью, а каких – роскошью? 2) какие шаги люди предпринимали для экономии средств из-за экономической рецессии? 3) с какими проблемами из вызванных экономической рецессией респонденты или члены их домохозяйств столкнулись за 12 месяцев, предшествовавших опросу? Отчет «Роскошь или необходимость? Народ делает U-образный поворот», базирующийся на материалах второго опроса, был опубликован 23 апреля 2009 г. [1]. Его авторы Р. Морин и П. Тэйлор представили результаты исследования изменений в потребительских предпочтениях американцев, стратегий «затягивания поясов» и других видов поведения, вызванных рецессией.

При опросе предлагали перечень из девяти мер, позволяющих домохозяйству экономить средства. Респондент должен был сказать, делали ли он или члены его семьи нечто подобное из-за рецессии⁴. Почти шесть из 10 опрошенных американцев сообщили, что они стали приобретать больше товаров в магазинах-дискаунтерах или перешли от известных брэндов к более дешевым разновидностям товаров; около трех из десяти сократили расходы на алкоголь и сигареты; каждый четвертый респондент уменьшил расходы на кабельное или спутниковое телевизионное обслуживание либо отказался от него совсем; каждый пятый начал косить свой газон или делать работы по ремонту дома сам, вместо того чтобы платить другим за эти услуги. Также каждый пятый респондент сказал, что последовал примеру первой

² Выборка состояла из 2969 взрослых американцев, проживающих в континентальной части страны.

³ По репрезентативной на национальном уровне выборке из 1003 американцев в возрасте 18 лет и старше, проживающих в континентальной части страны.

⁴ Вопрос звучал так: «Я сейчас прочитаю вам список вещей, которые одни люди делали из-за экономического спада, а другие не делали. По каждому из следующих пунктов скажите мне, пожалуйста: вы лично делали это или нет?».



Рис. 1. Распространенность видов поведения американцев по экономии средств из-за рецессии (доля людей, выбравших вариант ответа, %)

леди США Мишель Обама и планирует разведение «кризисного» огорода, чтобы сэкономить деньги на продуктах питания (рис. 1).

Половина опрошенных утвердительно ответили на вопрос: «Было ли что-то еще, что вы делали, чтобы сберечь деньги во время рецессии?». Они говорили о том⁵, что стали меньше ездить на машине, исключили поездки сверх необходимого (11%); стали реже ходить в рестораны, меньше питаться вне дома (10%); сократили расходы вообще (9%); сократили расходы на продукты питания, одежду, медикаменты (6%); стали лучше управлять личными финансами (4%); уменьшили затраты на отпуск или отказались от проведения отпуска, других планов на путешествия (4%); начали экономить на отоплении, электричестве или коммунальных услугах (4%); сократили расходы на развлечения (посещение кинотеатров, зрелищных спортивных мероприятий и проч.) (3%); устроились на вторую работу, работу на неполный день или занялись приработками (1%).

⁵ Учитывались только первые три ответа респондента.

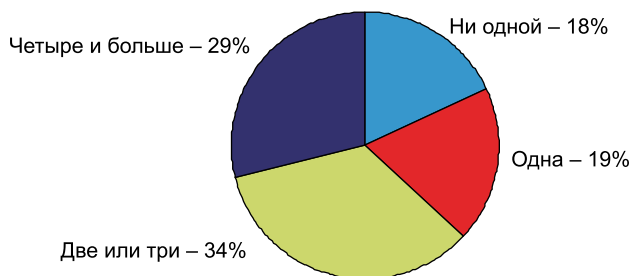


Рис. 2. Количество мер по сокращению расходов, предпринятых американцами в ответ на рецессию (доля опрошенных, %)

Если учесть перечисленные шаги все вместе, то окажется, что более 80% взрослых американцев в ответ на рецессию предприняли по крайней мере один специальный шаг, чтобы урезать расходы, в то время как 33% сделали два-три таких шага, а 29% – не меньше четырех, и лишь 18% не предпринимали никаких мер для экономии денег (рис. 2).

Не стало сюрпризом, что те, кто имеет самые низкие доходы, сообщают о том, что они делают для сокращения расходов больше всех остальных. Например, свыше 80% респондентов из семей с годовыми доходами ниже 30 тыс. долл. в ответ на рецессию предприняли те или иные действия по сокращению расходов. Но и среди состоятельных американцев таких немало: около трех четвертей всех взрослых с семейными доходами 100 тыс. долл. в год и выше делали хотя бы один шаг в сторону экономии (табл. 1).

Одна группа, которая менее других представлена среди тех, кто затягивал свои пояса в ходе рецессии, – пожилые американцы. Взрослые в возрасте 65 лет и старше со значительно меньшей вероятностью, чем более молодые взрослые, сообщают о том, что они предпринимали шаги по сокращению затрат. Как пишут Р. Морин и П. Тэйлор, опрос охватывал не столь широкий круг вопросов, чтобы полностью объяснить этот результат, но хорошо известно, что пожилые граждане имеют естественную склонность уменьшать разнообразие стиля жизни и расходов, – возможно, поэтому данная группа не осознает столь же

Таблица 1

Доля в разных социально-демографических группах населения США предпринявших то или иное количество мер по сокращению расходов из-за рецессии, %

Социально-демографические группы	Четыре и более	Две или три	Одна или ни одной
Все взрослые	29	34	37
Мужчины	30	30	40
Женщины	29	37	34
Возрастные группы, лет:			
18–29	35	34	31
30–49	33	34	33
50–64	30	35	35
65 и старше	10	32	58
Группы по уровню семейного дохода, тыс. долл.:			
100 и выше	22	26	52
50–99	29	35	36
30–49	30	40	30
менее 30	35	33	32

Примечание: по строке – 100%.

Источник: [1].

отчетливо, как более молодые взрослые, необходимость предпринимать специальные меры по экономии в ответ на рецессию.

Рецессия ударила по трем экономическим опорам американских домохозяйств: жилью, работе и накоплениям. Когда спросили о трех главных связанных с рецессией проблемах, почти половина респондентов (47%) сообщили, что они потеряли более 20% средств на пенсионных счетах или в других инвестициях; 27% ответили, что потеряли работу сами или кто-то из членов их семьи; 21% имели проблемы с оплатой арендуемого жилья или выплатами по ипотечному кредиту (рис. 3).

В целом две трети американских домохозяйств в 2008–2009 гг. столкнулись по крайней мере с одной из трех связанных с рецессией проблем. Четверо из десяти имели опыт противостояния одной проблеме, в то время как один из пяти столкнулся с двумя проблемами

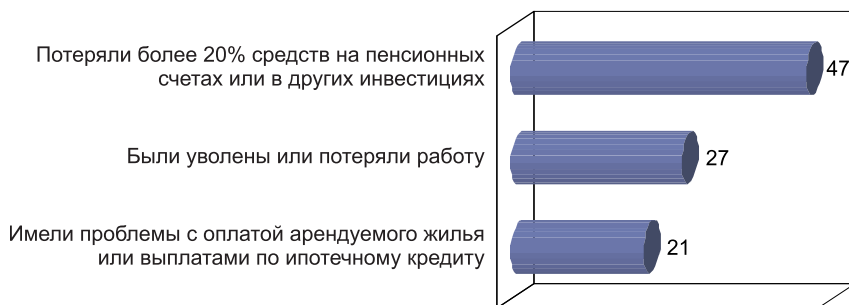


Рис. 3. Проблемы, связанные с рецессией (доля американцев, столкнувшихся с проблемой в 2008–2009 гг., %)

и 6% сообщили о том, что их домохозяйство столкнулось со всеми тремя выявляемыми в опросе проблемами (рис. 4).

Люди, которые приняли на себя больше экономических ударов в ходе этой рецессии, более других были вынуждены затянуть свои пояса. Немногим больше половины (51%) опрошенных из тех, кто столкнулись с двумя или тремя финансовыми проблемами в последние 12 месяцев, предшествовавших опросу, сократили расходы по крайней мере в четырех областях. Среди тех, у кого не было финансовых проблем, таких только 20%.

Например, из тех, кто сообщил, что их домохозяйство столкнулось как минимум с двумя из обозначенных выше проблем, 75% стали покупать товары менее дорогих марок или приобретать товары преимущественно в магазинах сниженных цен. Для сравнения: среди тех,

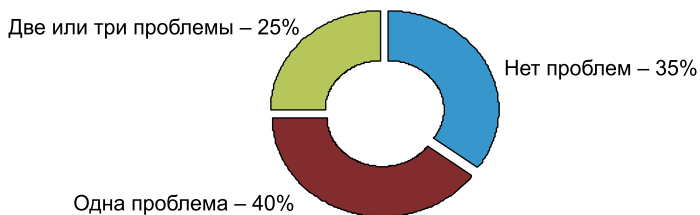


Рис. 4. Количество проблем, коснувшихся американцев одновременно за рецессию (доля опрошенных, %)

кто столкнулся только с одной проблемой, таких 54%, а среди тех, у кого последние 12 месяцев не было финансовых проблем, – 47%. Те, кто из-за рецессии имел всю совокупность проблем, в три раза чаще отвечают, что они к кому-то переехали жить или кто-то переехал к ним, чем те, у кого не было финансовых проблем (22% против 7%).

Опрос показал, что рецессия повлияла на разные демографические группы не одинаково: молодые люди, женщины и малообеспеченные более часто, чем пожилые взрослые, мужчины и состоятельные имели опыт потери работы или проблемы с оплатой арендуемого жилья либо уплатой ипотечных взносов. По контрасту, взрослые среднего возраста, так же как более состоятельные семьи, с большей вероятностью, чем другие группы, отмечают, что они или члены их домохозяйств потеряли существенную часть своих инвестиционных портфелей.

U-образный поворот, вынесенный в название отчета, диагностируется Исследовательским центром Пью по изменению представлений американцев о том, без чего нельзя обойтись сегодня в быту, а без чего – можно. Первое было названо необходимостью, а второе – роскошью. Не так давно, в 2006 г., подавляющее большинство населения говорило, что микроволновая печь, телевизор и даже домашний кондиционер являются необходимостью. По данным национального опроса 2009 г., почти половина или больше американцев считают каждую из этих вещей роскошью. Резко уменьшилась и доля тех, кто назвал посудомоечную машину или сушилку для одежды насущно необходимыми предметами. Такая переоценка ценностей даже в период рецессии поразительна, ведь все предыдущее десятилетие границы восприятия людьми приборов домашнего пользования через соотношение «роскошь или необходимость» перемещались совсем в другом направлении. Например, доля взрослых, которые считали микроволновую печь необходимостью, в 1996 г. составляла 32%, в 2006 г. – 68%, а сейчас она снизилась до 47%. Точно так же только 52% респондентов в самом последнем опросе сказали, что телевизор – это необходимость; доля уменьшилась на 12 п.п. по сравнению с 2006 г., и она самая маленькая с того момента, как начал задаваться этот вопрос более 35 лет назад.

Р. Морин и П. Тэйлор предполагают, что «разворот» в трендах общественных суждений в отношении бытовых приборов и приспособлений объясняется не только влиянием переживаемой страной рецессии, как могло бы показаться, но и технологической адаптацией населения к некоторым из этих приборов. Например, на фоне экономического спада доля тех, кто считает высокоскоростной интернет необходимой вещью в доме, возросла с 29% в 2006 г. до 31% в 2009 г., сотовый телефон сохранил долю своих «почитателей» на уровне 59%, домашний компьютер потерял только 1 п.п. (50% в 2009 г.). Похоже, что каждый из этих относительных новичков среди приборов, используемых повседневно, отчасти заменил привычные телевизор или стационарный телефон, которые, между тем, значительным большинством продолжают считаться необходимыми (52 и 68%, соответственно). Но люди, признающие сотовый телефон необходимостью (среди них непропорционально высока доля молодежи), менее склонны, чем другие, воспринимать таким же образом стационарный телефон.

Безусловно, финансовые проблемы, затронувшие в последние годы многие американские семьи, сыграли существенную роль в изменении предпочтений людей в отношении того, что есть роскошь и что есть необходимость, но «нового кредо» бережливости, вызванного к жизни кризисом, стали придерживаться как те, по кому он ударил, так и те, кого он непосредственно не задел. И первый фактор – рецессия, и второй – технологическая адаптация по отдельности могли бы повлечь за собой какую-то переоценку значимости тех или иных вещей для жизни людей, но, наложившись друг на друга, они спровоцировали U-образный поворот в предпочтениях населения США в 2009 г.

ВОЗРАСТ КАК ОСНОВАНИЕ РАЗЛИЧИЙ В ПОСЛЕДСТВИЯХ РЕЦЕССИИ

Первые два опроса из серии проведенных в 2009 г. Исследовательским центром Пью продемонстрировали, что рецессия 2008–2009 гг. в США оказала различное влияние на разные возрастные группы. Этот вывод был вынесен в название отчета «Самые пожилые наибо-

лее защищены. Разные возрастные группы, разные рецессии» [2], опубликованного Р. Морином и П. Тэйлором 14 мая 2009 г. Материалы опросов позволяют проследить следующие закономерности: чем моложе респонденты, тем реже они говорят, что «полностью удовлетворены своим финансовым положением», и тем чаще отмечают, что за последний год имели проблемы с получением или оплатой медицинской помощи; съехались из экономии с другом/подругой или родственниками; стали сами выполнять работы во дворе или в доме, за которые до рецессии платили другим; сократили подписку на кабельное или спутниковое телевидение либо вообще отказались от этой услуги; сами или члены их домохозяйств имели проблемы с оплатой арендуемого жилья или выплатами по ипотеке; были уволены или потеряли работу.

При том что ударов рецессии не избежала ни одна возрастная группа, конфигурация проблем и широта охвата ими, а также реакция на них существенным образом различались в зависимости от возраста людей (табл. 2). Так, американцев в возрасте 18–49 лет более других потрепала буря на рынке труда, и они чаще других говорили, что в течение 12 месяцев до опроса имели проблемы с оплатой арендуемого жилья или выплатами по ипотеке. Представители этой возрастной группы больше остальных предпринимали меры по сохранению денег в кризис и чаще других говорили, что сократили расходы, но среди них меньше потерявших средства, вложенные в инвестиции, и беспокоящихся о том, что им не хватит денег для обеспечения себя на пенсию, чем среди американцев в возрасте 50–64 лет.

В рецессию 2008–2009 гг. именно так называемое «пороговое поколение» США – люди в возрасте 50–64 лет, которые находятся на пике заработков и накопленного богатства или близки к нему и которые стоят на пороге выхода на пенсию, если еще не прекратили трудиться, – больше всех пострадало от падения финансовых рынков. Эти люди чаще остальных говорят, что потеряли деньги во взаимных фондах, индивидуальных ценных бумагах или на накопительных пенсионных счетах типа 401(к), и масштабы их потерь, как можно видеть, наиболее значительны (табл. 3).

Таблица 2

Восприятие последствий рецессии в разных возрастных группах американцев, % ответивших

Оценка респондентами последствий рецессии	Возрастные группы, лет		
	18–49	50–64	65 и старше
Сократили расходы в прошлом году	68	59	36
Имели проблемы с получением/доступом к медицинской помощи в прошлом году	23	21	7
Потеряли деньги на инвестициях в прошлом году	44	66	43
Рецессия делает более трудным удовлетворение потребностей на пенсии	67	75	56
Полностью удовлетворены своим финансовым положением	22	22	31
Рецессия стала стрессом для семьи	52	58	38

Примечание: Первые пять строк отражают результаты основного телефонного опроса 1332 взрослых 65 лет и старше и 1631 взрослого моложе 65 лет, который был проведен с 23 февраля по 23 марта 2009 г. Результаты, представленные в шестой строке, основаны на телефонном интервью, проведенном 2–8 апреля 2009 г. по национально-репрезентативной выборке из 1003 взрослых.

Источник: [2].

Таблица 3

Инвестиционные потери в возрастных группах американцев, % ответивших

Оценка респондентами инвестиционных потерь	Возрастные группы, лет			
	18–29	30–49	50–64	65 и старше
Не потеряли или не инвестировали	71	45	34	56
Потеряли менее 20%	13	14	18	13
Потеряли 20–40%	8	27	29	18
Потеряли более 40%	7	9	14	5

Примечание: Ответы «не знаю / затрудняюсь сказать» не показаны.

Источник: [2].

Неудивительно, что в пороговом поколении зафиксирована самая высокая доля тех, кто считает, что рецессия затруднит для них решение о выходе на пенсию. Они же значительно больше других беспокоятся о том, что им будет недостаточно денег для жизни на пенсии. Озабоченность этой группы недостаточностью финансов в будущем мало дифференцирована по полу, образованию, расе, даже по уровню текущих доходов этих американцев: около 73% из тех, чьи семейные доходы за год составляют до 30 тыс. долл., и 78% тех, у кого семейные доходы – 100 тыс. долл. и выше, говорят, что рецессия затруднит им финансовое обеспечение потребностей в пенсионные годы.

Исходя из материалов проведенных опросов с уверенностью можно сказать, что пожилые американцы переживают относительно более щадящую, мягкую рецессию. Они с меньшей вероятностью, чем их более молодые сограждане, говорят, что в последний год урезали расходы, понесли потери на своих пенсионных счетах или пережили затруднения с оплатой жилья или медицинской помощи, с большей вероятностью сообщают о полной удовлетворенности в отношении своих индивидуальных финансов. Доля тех, кто говорит, что рецессия стала источником стресса для их семьи, среди них наименьшая. Более того, несмотря на рецессию, три четверти пожилых американцев говорят, что смогут оставить наследство своим детям или другим родственникам, хотя больше половины из них признают, что рецессия уменьшила объем денег или собственности, которые они предполагали завещать. Среди родителей, планирующих оставить что-нибудь своим детям, почти восемь из десяти оценивают предполагаемое наследство в 10 тыс. долл. и более.

ЗАНЯТОСТЬ И УСТАНОВКИ НА ТРУД

Проанализировав опросные данные за последние несколько десятилетий, полученные Бюро переписи США, и материалы собственного опроса по репрезентативной на национальном уровне выборке, который был проведен в период с 20 июля по 2 августа 2009 г. и охватил 1815 чел. в возрасте 16 лет и старше, Исследовательский центр Пью

подготовил отчет «Изменение рабочей силы Америки: рецессия делает седеющие офисы еще более седыми» [3], где представлен ряд выводов о влиянии рецессии на характеристики рабочей силы страны.

Возрастной аспект. За прошедшие два десятилетия сложились такие взаимосвязанные тенденции: в рядах рабочей силы все дольше остаются пожилые американцы, а более молодые оказываются вне ее рядов. Фоновым фактором этих тенденций является старение американского населения в целом. Но в ходе текущей рецессии обе тенденции усилились и, как ожидается, сохранятся после восстановления экономики. В соответствии с оценкой правительства, 93% роста рабочей силы США с 2006 по 2016 г. придется на работников в возрасте 55 лет и старше. Почему сохранятся эти тенденции?

У стареющего, но здорового населения растет желание оставаться активными и в последние годы жизни. Опрос Исследовательского центра Пью показал: большинство (54%) работников в возрасте 65 лет и старше в качестве основной причины того, что они работают, называют желание работать; около 17% главной причиной указывают то, что им надо оплачивать счета; оставшиеся 27% мотивирует к труду сочетание желания и необходимости. У работающих в возрасте до 65 лет наиболее распространенный мотив – необходимость зарабатывать деньги (49%); работают, потому что хотят работать 20%; остальные 31% движимы к труду обоими мотивами. (В обеих возрастных группах опрашивались работники, занятые полный рабочий день. Ответы «затрудняюсь сказать» не показаны.) Когда респондентов попросили определить особые причины для работы, пожилые работники делали акцент на психологических и социальных факторах: «чтобы чувствовать себя полезным», «чтобы занять себя чем-то», «чтобы быть вместе с другими людьми». Молодые работники и работники среднего возраста значительно более склонны приводить классический набор соображений: «чтобы содержать себя и свою семью», «чтобы жить независимо», «чтобы иметь право на пенсионные пособия», «чтобы получать пособия на медицинское обслуживание».

Что касается молодежи, то, как показывают данные Бюро переписи США, в текущем десятилетии среди американцев в возрасте 16–24 лет

возрастает доля тех, кто проходит обучение в учебных заведениях, и уменьшается доля тех, кто входит в состав рабочей силы, – 57% сегодня против 66% в 2000 г. Отчасти такие изменения объясняются тем, что среди американцев всех возрастов все больше распространяется убеждение: чтобы преуспеть в жизни, необходимо получить образование в колледже. В 1979 г. так думали 49% населения, в 2009 г. – уже 73%. Но этим указанные изменения объясняются только отчасти, что еще более явным сделала рецессия.

По данным опроса, проведенного Исследовательским центром Пью, почти 40% американцев, которые работают после медианного возраста выхода на пенсию в 62 года, отложили выход на пенсию из-за рецессии. Среди работников в возрасте от 50 лет до 61 года целых 63% говорят, что они, возможно, дадут задний ход и пересмотрят свои планы относительно выхода на пенсию из-за текущих экономических условий. Неудивительно, что более чем четверо из 10 неработающих людей в возрасте 16–24 лет сообщают, что они ищут работу, но не могут ничего найти. И вряд ли шансы молодежи найти работу возрастут в перспективе на фоне планов работников с немалым трудовым стажем как можно дольше оставаться работающими.

Гендерный аспект. Пять последних десятилетий представительство женщин в составе американской рабочей силы неуклонно росло, а в последние годы стабилизировалось. В июне 2009 г. уровень представленности женщин в рабочей силе составил 59% – чуть ниже пика в 60%, который был достигнут в 2000 г. в конце периода устойчивого экономического роста, и почти на 13 п.п. ниже нынешнего уровня для мужчин. Уровень участия в рабочей силе мужчин уменьшался в США каждое десятилетие, с тех пор как в 1948 г. Бюро статистики по труду начало собирать такие данные. В июне 2009 г. он составлял 72%, оказавшись самым низким в современной истории. Нынешний экономический спад ударил по мужчинам сильнее, чем по женщинам: почти две трети от всех потерявших работу в связи с рецессией составляют мужчины. Интересно, что среди работников в возрасте 50–61 года планируют отсрочить свой выход на пенсию из-за рецессии 72% жен-

щин, но только 54% мужчин. Похоже, есть основания ожидать, что достигнутое выравнивание гендерного паритета в американской рабочей силе тоже не претерпит существенных изменений.

Защищенность важнее заработной платы. При соотношении, близком к 2:1, респонденты в опросе говорят, что они предпочли бы работу, которая дает лучшую защищенность (59%), работе, за которую платят больше, но которая обеспечивает меньшую стабильность (33%). И дело не в рецессии. Похожий вопрос задавали в Общем социальном опросе в 1989 г., когда экономика росла, и получили сходный результат.

Несмотря на трудные времена, **удовлетворенность работой остается высокой.** Даже на фоне повсеместного замораживания зарплаты, угрозы увольнения и риска потерять работу девять из 10 занятых американцев говорят, что они полностью (30%) либо в основном (60%) удовлетворены своей работой. В последние десятилетия уровни удовлетворенности американцев работой имели тенденцию сохранять стабильность как в плохие, так и в хорошие времена.

Более пожилые работники являются самыми счастливыми работниками. Почти 54% работников в возрасте 65 лет и старше говорят, что они «полностью удовлетворены» своей работой, тогда как среди работников в возрасте 16–64 лет таких 29%. Эти цифры не удивляют, поскольку пожилые американцы работают в основном потому, что хотят работать, а не потому, что вынуждены это делать.

Выход на пенсию не всегда является добровольным. Только около половины (51%) из всех нынешних пенсионеров вышли на пенсию, потому что хотели этого. Около трети (32%) вышли на пенсию из-за проблем со здоровьем или по другим причинам, а 9% опрошенных вынуждены выйти на пенсию наниматель.

И все-таки **выход на пенсию оценивается высоко.** Более половины всех пенсионеров (57%) говорят, что выход на пенсию принес им большое удовлетворение, еще 27% им вполне удовлетворены.

Общественность настроена скептически в отношении полной занятости матерей, а сами работающие матери хотели бы иметь работу с частичной занятостью.

ЖИЗНЕННЫЕ ПЛАНЫ И СПЛОЧЕНИЕ ЛЮДЕЙ

Чтобы оценить влияние рецессии на жизненные планы американцев и сплочение их семей, в рамках проекта «Социальные и демографические тренды» изучались данные Ежегодного социального и экономического дополнения к Текущему опросу населения (Annual Social and Economic Supplement to the Current Population Survey), который проводит в марте каждого года Бюро переписи США, и данные репрезентативного на национальном уровне опроса 1028 американцев, проведенного Исследовательским центром Пью 21–25 октября 2009 г.

Опрос Исследовательского центра Пью показал, что у 13% родителей, имеющих взрослых сыновей и дочерей, один из их взрослых детей в прошлом году вернулся обратно домой. Молодых людей, которые вернулись к родителям после проживания вне дома, обществоведы называют «бумерангами». Нынешняя рецессия дала небывалый урожай «бумерангов». «Поездка домой на День благодарения в этом году для многих молодых людей не будет такой уж дальней. Вместо путешествия через всю страну или через весь город многие выросшие сыновья и дочери к обеду спустятся из своей прежней спальни в холл, который теперь стал для них одновременно и убежищем на период рецессии», – так начинается опубликованный 24 ноября 2009 г. отчет Исследовательского центра Пью «Домой на каникулы... и в любой другой день: рецессия вернула многих молодых людей в родное гнездо» [4].

Данные Бюро переписи США подтверждают, что сейчас стало меньше молодых американцев, живущих в одиночку, чем было до рецессии. В целом среди людей в возрасте 18–29 лет доля живущих одиноко уменьшилась с 7,9% в 2007 г. до 7,3% в 2009 г. Подобные падения доли молодых людей, которые живут сами по себе, наблюдались в течение или сразу после рецессий 1982 и 2001 гг. Нынешнее падение было особенно резким среди молодых женщин: доля тех, кто жил самостоятельно, снизилась на целый процентный пункт и составила 6,1%. Среди молодых мужчин доля живущих самостоятельно уменьшилась на 0,2 п.п. и составила 8,4%, что является статистически незначимым изменением [4].

Таблица 4

Влияние рецессии на жизненные планы и сплочение американцев в разных возрастных группах, % ответивших

Предпринятые действия	Возрастные группы, лет			В с е г о
	18–24	25–34	35 и старше	
Отложили вступление в брак	10	21	6	10
Решили повременить с рождением ребенка	12	15	4	6
Обрели соседа по комнате/жилью	24	3	3	5
Вернулись жить к родителям	6	11	1	4
Взяли пансионера / стали сдавать жилье	2	2	2	2

Примечание: ответы «не знаю / затрудняюсь сказать» не показаны; таблица составлена автором статьи на основе данных работы [4].

Сокращающаяся среди американцев в возрасте 16–24 лет доля официально зарегистрированных как занятые (46,1% в июне 2009 г. – меньше, чем в любое другое время начиная с 1948 г.) и растущая доля обучающихся в учебных заведениях [5], взятые вместе, помогают объяснить, почему в процентном отношении все меньше молодых людей проживают сегодня отдельно.

В ходе октябрьского опроса, который проводил Исследовательский центр Пью, респондентам, вернувшимся домой из-за рецессии, задавали вопросы о причинах возвращения. Каждый десятый американец в возрасте 18–34 лет (10%) сообщил, что переехать обратно к родителям заставило плохое состояние экономики⁶. Но чтобы вернуться, сначала надо уехать, поэтому больше всего вернувшихся в возрастной группе 25–34 года (табл. 4). Приобрели же соседа по

⁶ Так как каждой группе задавались разные вопросы, процент родителей, которые сообщили, что их дети вернулись назад, и процент взрослых детей, которые сказали, что вернулись домой, не должны совпадать. У родителей спрашивали, не вернулся ли кто-либо из их детей, в то время как взрослых детей опрашивали лишь в том случае, если лично они переехали жить к родителям. Также родителей взрослых детей не опрашивали, если их дети вернулись домой не из-за рецессии.

комнате/жилью в основном самые молодые – 24% американцев в возрасте 18–24 лет. Тяжелые времена заставляют молодых людей поддерживать свой уровень жизни также и другими способами. Например, существенная часть молодых американцев не старше 35 лет говорят, что из-за рецессии они отсрочили вступление в брак и/или отложили рождение ребенка. Такие решения оказались более всего характерны для возрастной группы 25–34 года.

Как показывают результаты опроса, экономические трудности одни семьи сплачивают, для других – выступают катализатором распада. Для кого-то они являются причиной пересмотра сроков принятия ответственных решений, а для кого-то – поводом вернуться под крыло родителей и повременить со вступлением во взрослую жизнь.

МОБИЛИЗУЮЩИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ

Объединяющим и сердцевинным принципом «американской мечты» является представление об экономической мобильности как способности американских семей двигаться вверх и вниз по доходной лестнице на протяжении жизни или от одного поколения к другому. Этот тезис лежит в основе Проекта по экономической мобильности (ПЭМ) в США, реализуемого уже более двух лет под патронажем Благотворительного фонда Пью ассоциацией исследовательских и общественно-политических организаций, включая Американский институт предпринимательства, Институт Брукинса, Фонд «Наследие», Фонд «Новая Америка», Фонд Петерсона и Институт урбанистики. Целью проекта являются изучение и обобщение материалов лучших из доступных информационных баз, фактов, статистики для выявления тенденций, касающихся экономической мобильности в Соединенных Штатах. Уже полученные в рамках проекта результаты показывают, что для развития и процветания страны политики должны максимально содействовать разработке и реализации разного рода стратегий, направленных именно на повышение экономической мобильности американцев.

В начале 2009 г. по заказу ПЭМ были проведены серия фокус-групп и национальный опрос⁷, чтобы дать более точную картину того, как американцы оценивают свою собственную экономическую мобильность. Среди результатов, полученных на основе материалов фокус-групп, некоторые свидетельствуют о весьма интересном представлении американцев о нынешней рецессии: участники фокус-групп очень обеспокоены ее воздействием здесь и сейчас, но в то же время уверены, что она закончится, а люди могут двигаться вперед и в современных неблагоприятных экономических условиях. Респонденты говорили, что они нервничают по поводу своего экономического положения, но также считают, что у рецессии есть позитивный аспект: она заставит людей сберегать больше денег, не быть такими материально-ориентированными и делать меньше долгов. Американцы обеспокоены тем, что средний класс страны действительно становится банкротом. При этом их не оставляет уверенность, что тогда, когда обширные сегменты общества переживают трудное время, отдельные люди могут добиваться экономического успеха [6].

Подтверждают наличие этих установок и результаты национального опроса. Среди опрошенных большинство (79%) уверены, что люди все-таки могут улучшить свое положение даже при нынешнем состоянии экономики. Так считают и в группах американцев с низкими доходами, низким уровнем образования, безработных, цветных. Подобный консенсус поразителен, если учесть, что 94% американцев оценивают текущие экономические условия в стране как негативные. Американцы остаются оптимистами и в отношении своего будущего: 72% верят, что экономические условия в последующие 10 лет станут лучше. Среди опрошенных 74% считают, что они, по крайней мере в некоторой степени, контролируют свою собственную экономичес-

⁷ Исследовательскими компаниями «Public Opinion Strategies» и «Greenberg Quinlan Rosner Research» в период с 6 по 16 января 2009 г. в Балтиморе, Атланте, Чикаго, Фениксе, Сан-Диего было проведено 10 фокус-групп с совокупностями участников, различающихся расовой принадлежностью, семейным положением, уровнем образования, полом, возрастом, и в период между 27 января и 8 февраля 2009 г. – национальный телефонный опрос 2119 взрослых американцев.

кую ситуацию, хотя только 43% думают, что другие люди также держат свою ситуацию под контролем. С тем, что индивидуальные черты, такие как трудолюбие и целеустремленность, более важны для экономической мобильности, чем внешние условия, такие как состояние экономики и благоприятная экономическая конъюнктура, согласны 71% американцев. Противоположного мнения придерживаются 21% опрошенных [7].

Надо сказать, что обнаружив в Интернете в начале 2008 г. информацию о Проекте по экономической мобильности в США, первое, о чем подумал автор данной статьи, – какое может быть изучение мобильности в кризис? Оказалось, что анализируются материалы панельных опросов за предшествующие годы. Но проведение в 2009 г. опроса населения про мобильность на негативном экономическом фоне, на наш взгляд, было обречено на получение пессимистических результатов. Политиков, конечно, никогда не помешает взбодрить, но все-таки это надо делать с материалами без «шумов». И что мы наблюдаем? Несмотря на тяжелую, невиданную с 1929 г. Великую рецессию⁸, затронувшую если не финансовые активы, то умы практически всех американцев, ярко проявляются присущее американцам чувство оптимизма, верность «американской мечте». Похоже, это и есть один из самых перспективных ресурсов восстановления экономики страны.

* * *

Представленные выше результаты исследований позволяют увидеть, как отразилась текущая экономическая рецессия на повседневной жизни американцев, как люди видоизменяли потребительское поведение, чтобы вписаться в рамки сузившихся материальных возможностей, какие удары рецессии пришлись на те или иные социально-демографические группы и каковы рецепты совладания с проблемами. Обращает на себя внимание еще одно истинно социальное последствие экономической рецессии – переоценка социальных ориентиров,

⁸ Такое обозначение рецессии 2008–2009 гг. позаимствовано из работы [8].

эффективности того или иного рода экономического поведения, потребительских практик. Нельзя сказать, что наступление экономического кризиса конца первого десятилетия XXI в., да, наверное, и любого другого, есть исключительно следствие природы рыночного хозяйства. Без участия проявлений человеческой природы здесь не обошлось: стремление к красивой и праздной жизни, обеспеченной быстро и без особого труда, по Т. Веблену, живет и в тех, у кого для этого есть средства, и в тех, у кого их нет. Масштаб распространенности в Америке таких явлений, как приобретение в долг того, без чего вполне можно обойтись, игра на бирже при просроченных ипотечных выплатах, инвестиции в ущерб сбережениям и проч., является лишним тому подтверждением. Работа над ошибками сознания – важный социальный эффект кризиса.

Наряду с относительно быстро проявившимися последствиями в материалах, представленных в настоящем обзоре, показано, как рецессия 2008–2009 гг. усугубляет долговременные тенденции, обостряя поколенческий и высвечивая гендерный конфликты на американском рынке труда.

Все рассмотренные здесь результаты были получены на основе данных телефонных опросов. Телефонный опрос в силу понятных причин имеет ограниченную протяженность, что предъявляет высокие требования к качеству инструментария. Вопросы в анкете должны быть сформулированы лаконично, но понятно для представителей всех групп населения – как образованных, так и не очень, как укорененных, так и недавно ставших резидентами этой страны и т.д. А главное, их не должно быть много. Анкета, использовавшаяся в каждом из представленных здесь опросов, помимо данных о респонденте содержала 5–10 вопросов. То, сколько многоплановых результатов дали эти опросы, свидетельствует о филигранной заточенности их инструментария на проблему, а все вместе – о мастерстве американских исследователей, чьи материалы здесь анализировались.

Знакомство с результатами социологических исследований американских коллег, возможно, будет полезным для изучения социальных последствий экономического кризиса в нашей стране.

Литература

1. **Morin R., Taylor P.** Luxury or Necessity? The Public Makes U-Turn / Pew Research Center. A Social & Demographic Trends Report. Apr. 23, 2009 [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://pewsocialtrends.org/pubs/733/luxury-necessity-recession-era-reevaluations.pdf> (дата обращения 20.05.2009).
2. **Morin R., Taylor P.** Oldest Are Most Sheltered. Different Age Groups, Different Recessions / Pew Research Center. A Social & Demographic Trends Report. May 14, 2009 [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://pewsocialtrends.org/pubs/734/different-age-groups-different-recession.pdf> (дата обращения 20.05.2009).
3. **Morin R., Kochhar R., Taylor P. et al.** America's Changing Work Force. Recession Turns a Graying Office Grayer / Pew Research Center. A Social & Demographic Trends Report. Sept. 3, 2009 [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://pewsocialtrends.org/pubs/742/americas-changing-work-force.pdf> (дата обращения 06.09.2009).
4. **Wang W., Morin R.** Home for the Holidays... and Every Other Day: Recession Brings Many Young Adults Back to the Nest / Pew Research Center Report. A Social & Demographic Trends Report. Nov. 24, 2009 [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://pewsocialtrends.org/pubs/748/recession-brings-many-young-adults-back-to-the-nest.pdf> (дата обращения 27.11.2009).
5. **Fry R.** College Enrollment Hits All-Time High, Fueled by Community College Surge / Pew Research Center. A Social & Demographic Trends Report. Oct. 29, 2009 [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://pewsocialtrends.org/pubs/747/college-enrollment-hits-all-time-high-fueled-by-community-college-surge.pdf> (дата обращения 01.10.2009).
6. **Bolger G.** Key Findings from the Pew Charitable Trust's Economic Mobility Project Focus Groups/ Public Opinion Strategies. Feb. 13, 2009 [Эл. ресурс]. – Режим доступа: http://www.economicmobility.org/asset/pdfs/EMP_Key_Findings_Memo.pdf (дата обращения 18.05.2009).
7. **Findings** from a National Survey & Focus Groups on Economic Mobility/ Economic Mobility Project, The Pew Charitable Trusts, Greenberg Quinlan Rosner Research, Public Opinion Strategies. March 12, 2009 [Эл. ресурс]. – Режим доступа: http://www.economicmobility.org/asset/pdfs/Survey_on_Economic_Mobility_Findings.pdf (дата обращения 18.05.2009).
8. **Before** the Great Recession, a Phantom Recovery / Testimony of Paul Taylor, Executive Vice President, Pew Research Center to the Senate Finance Committee. March 26, 2009 [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://pewsocialtrends.org/pubs/731/middle-class-phantom-recovery-testimony.pdf> (дата обращения 07.05.2009).